

— L'agenzia creativa e pubblicitaria di Roma —

**Tutti ci chiedevano:
perché Made In Genesis?
Ora ci domandano perché l'Uovo
e la Gallina.**

La nostra Agenzia Creativa Pubblicitaria è nata a Roma nel 2006 con il desiderio di riuscire sempre a fornire una risposta intelligente, puntuale, ma soprattutto comprensibile, a tutti i nostri interlocutori, che siano Enti Pubblici, Aziende Private o Professionisti. Made in Genesis è il nome dell'Agenzia perché il sapere creativo del nostro staff è in continua rigenerazione, come un vulcano attivo.

Indice

- 6 Concept
- 10 Servizi
- 274 Glossario
- 284 Contatti

Clienti pubblici

- Presidenza del Consiglio dei Ministri - #Italiasicura
- Presidenza del Consiglio dei Ministri - #Schoolbonus
- Ministero dei Beni Culturali e del Turismo #Artbonus
- Ministero dello Sviluppo Economico #Iononvoglioilfalso
- CGIL - XV Congresso
- Roma Capitale
- Comune di Savignano Irpino
- Agenzia Roma Servizi per la Mobilità
- CNR - Istituto per lo studio dei materiali nanostrutturati
- Fondazione Idis - Città della Scienza

Clienti privati

- Autostrade per l'Italia
- Docplanner
- Vises Onlus - Federmanager
- Associazione Attiva Giovani
- Università UNINT
- Università Capus Biomedico di Roma
- Università Lumsa
- Università Unicusano
- Impasto
- Vanni
- Musica Riva Festival
- Farnese Gioielli
- Aeterna Design
- Pickwick
- Speed Master Team

— Concept

Meglio l'uovo



Tutti adorano le uova

Le aziende le amano come idee compiute, mondi autosufficienti, design perfetto: dove le metti stanno. Facendo attenzione si possono imballare ordinatamente a milioni. Sono tutte uguali eppure tutte diverse. Le dai alla gente e la gente se le beve. Per le persone le uova sono più che cibo saporito e nutriente: sono ponti tra una vita e un'altra, belli e fragili.



o la gallina?

Le persone adorano anche le galline

Perché sono vive, pennute e palpitanti, razzolano con buffi scatti e potresti stare a guardarle tutto il giorno. Insomma, perché sono molto simili a loro. Le aziende sono di una pasta diversa e non amano le cose che sporcano e cambiano traiettorie imprevedibilmente. Ma quando le galline fanno le uova, tantissime uova, allora è un altro paio di maniche e anche le aziende finiscono per amarle.

Il dilemma uovo vs gallina ha preso una nuova piega da quando il mercato è diventato una grande conversazione

Il baricentro si è spostato dalla parte di una miriade di consumatori con la molteplicità, volubilità e ricchezza dei loro contributi.

Le aziende erano abituate da decenni a dare alla gente uova da bere fatte e finite, ma oggi non funziona più.

La forza vitale e virale delle galline che corrono tra le gambe della gente destano "oh!" di sorpresa reclama il suo ruolo.

A mettere insieme le cose si vede che il dilemma è solo apparente

In verità l'uovo e la gallina a un livello superiore fanno parte di un unico ciclo inesauribile.

genesi, creatività, vita.

Così due mondi di desiderio apparentemente separati, quello delle uova e quello delle galline, in altre parole quello delle aziende e quello delle persone, si ricongiungono in una cosa sola:

il perfetto oggetto di comunicazione
Made in Genesi lo crea con perizia tecnica e fantasia, ma soprattutto vita vera.



Meglio l'uovo e la gallina

— Servizi

Idee, strategia, business: è questo che le aziende vogliono.

Uova. Creatività, emozione, coerenza: è questo che le persone vogliono. Galline. Cosa viene prima? L'eterno dilemma è oggi più vivo che mai.

Noi sappiamo collegare i due corpi di desiderio apparentemente separati, aziende e persone, per mezzo di architetture solide e credibili che le unificano, strutture di significato a cui la fantasia dà ispirazione tanto quanto la maestria tecnica.

ADVERTISING

ATL BTL, Ambient, Guerriglia, Viral
Online
Spot & Photo Production

DESIGN

Logo
Brand Identity
Infographics
Motion graphics
Product Design
Packaging
Merchandising

COMMUNICATION

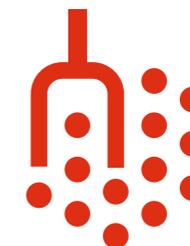
Strategy
Ufficio Stampa
Lobbying
Naming
Copywriting
Social Media Marketing & Digital PR

WEB & APP

Mobile apps
Web Design
SEO & Link Building
Digital Marketing



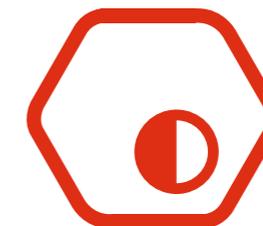
Design



Advertising



Communication



Web & App

Clienti pubblici

Presidenza del Consiglio dei Ministri - #Italiasicura

Presidenza del Consiglio dei Ministri - #Schoolbonus

Ministero dei Beni Culturali e del Turismo #Artbonus

Ministero dello Sviluppo Economico #Iononvoglioilfalso

CGIL - XV Congresso

Roma Capitale

Comune di Savignano Irpino

Agenzia Roma Servizi per la Mobilità

CNR - Istituto per lo studio dei materiali nanostrutturati

Fondazione Idis - Città della Scienza

01

Clienti pubblici

Presidenza del Consiglio #italiasicura

Strategy:

Campagna #italiasicura per promuovere le iniziative del governo contro il dissesto idrogeologico, per lo sviluppo delle infrastrutture idriche e per la riqualificazione dell'edilizia scolastica.

Attività:

Concept creativo, storyboard, affissione, spot tv 30", spot web 15", spot radio 30", online advertising.

Diffusione:

pr on line, sito web, canali social.

Team

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

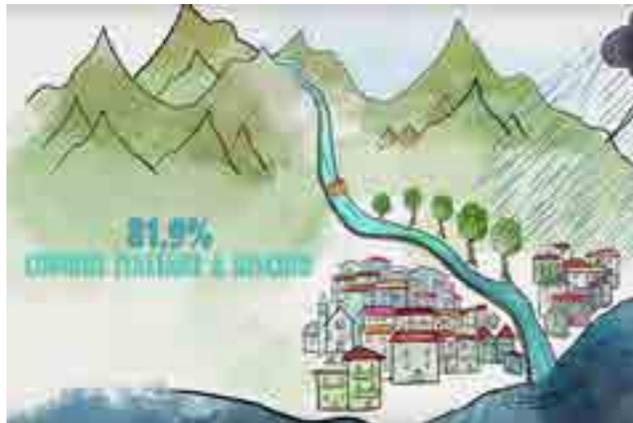
CINZIA SPORTELLI Art Director

STEFANO DIANA Author & Copywriter

FABIO FERRI Creative & Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer







“ **UNA GRANDE
OPERA PUBBLICA
PER DIFENDERE
IL PAESE
PIÙ BELLO E DELICATO
DEL MONDO.** ”



19



PR Online

Presidenza del Consiglio #italiasicura



Obiettivi
Incrementare l'awareness



Target
Tutte le età



Concept
italiasicura



Attività svolte

Proposte creative

Sono state ideate 2 proposte creative potenzialmente interessanti per differenti tipologie di target.

Scouting fonti

Individuare i siti e i blog che potessero essere maggiormente interessati alla pubblicazione del contenuto creativo.

Raccolta dati

I dati sono stati reperiti dal sito italiasicura.governo.it, così da offrire un contenuto attendibile e informativo.

Comunicato stampa

È stato redatto un comunicato stampa di presentazione dell'iniziativa.

Follow up e reminder

Con lo scopo di ottenere il maggior numero di link possibili.



Risultati raggiunti

58

Publicazioni



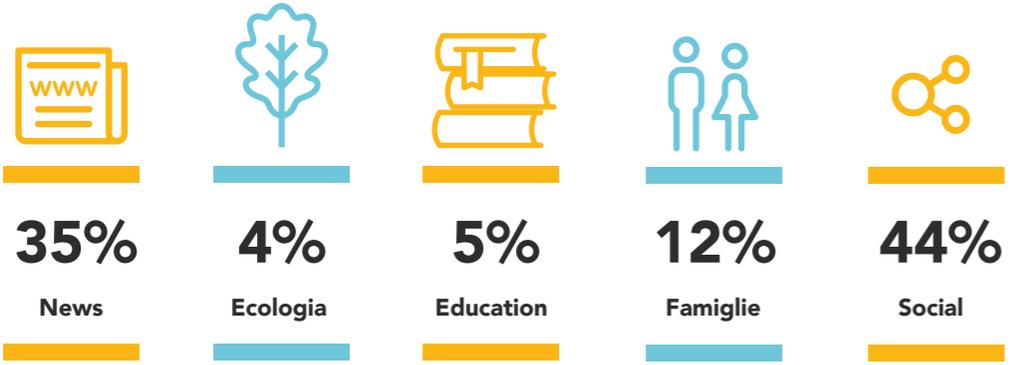
25

Publicazioni Social

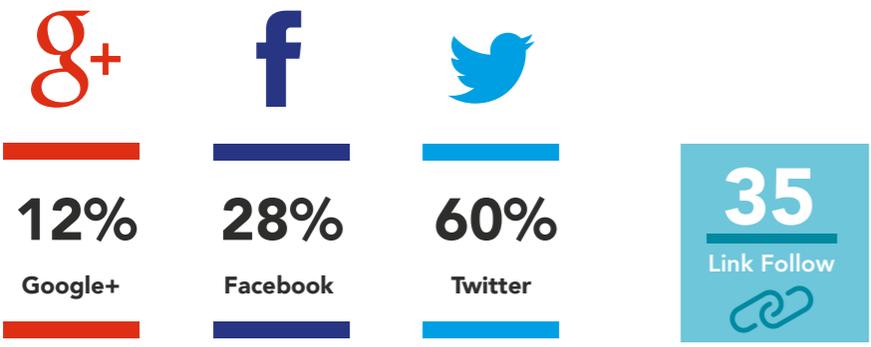




Publicazioni web per tipologia



Publicazioni social



Publicazioni web per tipologia



Presidenza del Consiglio School Bonus

Strategy:

La Campagna di Comunicazione sociale School Bonus nasce con l'obiettivo di voler promuovere a livello nazionale il decreto legge che offre un credito d'imposta pari al 65% delle erogazioni liberali in denaro che i singoli cittadini o gli imprenditori effettuano a favore delle scuole in Italia.

Attività:

Concept creativo, storyboard, print advertising, affissioni, spot tv 30", spot radio 30", on line advertising, pr on line, sito web e viral advertising.

Diffusione:

tv e radio nazionali, canali social, affissioni nazionali, dinamica maxi bus, quotidiani nazionali on line.

Team

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

STEFANO DIANA Author & Copywriter

FABIO FERRI Creative & Art Director

PIETRO BARONE Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

PAOLA ROLLO Graphic & Illustrator

MARCO RICCONI Social & Digital Pr



**A SCUOLA
HAI SCOPERTO L'AMORE.**



**SCHOOL BONUS.
UN BEL MODO PER DIRE
#GRAZIESCUOLA.**

Grazie a te, ed alle tue donazioni potranno aumentare le risorse già destinate al continuo miglioramento e rinnovamento delle scuole italiane. Per te, in cambio, un Bonus Fiscale fino al 65%.

schoolbonus.gov.it



**A SCUOLA HAI IMPARATO
A UNIRE LE FORZE CON GLI ALTRI.**



**SCHOOL BONUS.
UN BEL MODO PER DIRE
#GRAZIESCUOLA.**

Grazie a te ed anche grazie alle tue donazioni potranno aumentare le risorse già destinate al continuo miglioramento e rinnovamento delle scuole italiane. Per te, in cambio, un Bonus Fiscale fino al 65%.

schoolbonus.gov.it







Spot TV



#GRAZIESCUOLA

Spot Radio





Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo Art Bonus

Strategy:

La Campagna di Comunicazione sociale Art Bonus nasce con l'obiettivo di voler promuovere a livello nazionale il decreto legge che offre un credito d'imposta pari al 65% delle erogazioni liberali in denaro che i singoli cittadini o gli imprenditori effettuano a favore del patrimonio culturale pubblico.

Attività:

Concept creativo, storyboard, print advertising, affissioni, maxi bus, spot tv 30", spot radio 30", online advertising, social network, environment della conferenza stampa.

Diffusione:

tv e radio nazionali, canali social, affissioni nazionali, dinamica maxi bus, quotidiani nazionali on line.

Team

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

STEFANO DIANA Author & Copywriter

FABIO FERRI Creative & Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

MARCO RICCONI Social & Digital Pr





“L’arte è dentro di noi.”

ATT BONVS



Spot TV



*“Gli italiani vivono immersi
nella bellezza dell’arte.
È una parte di noi.”*

Spot Radio



Print



Outdoor



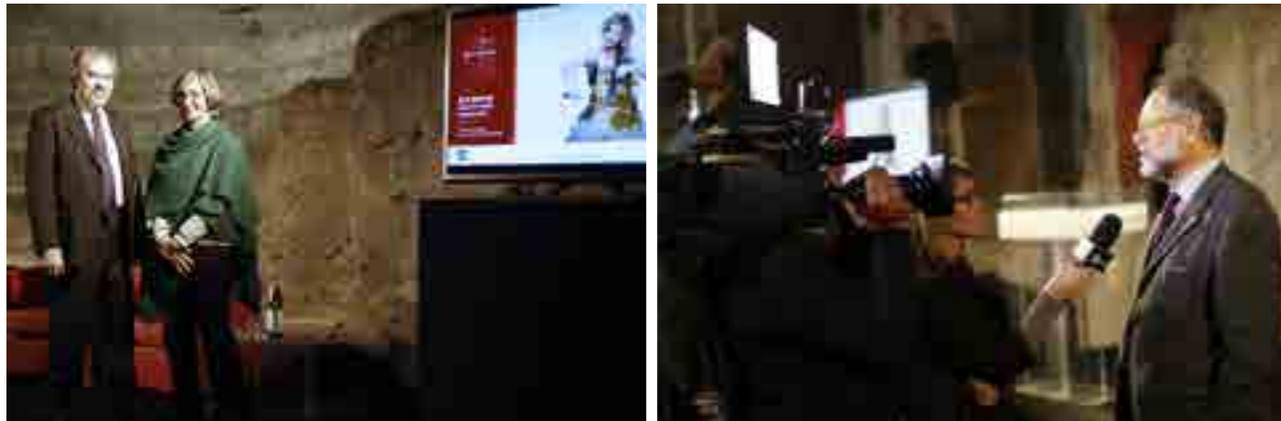
Outdoor



Outdoor









MISE

Ministero dello Sviluppo Economico

Strategy:

Campagna di comunicazione contro i prodotti commerciali falsificati.

Attività:

Ideazione e realizzazione della campagna di comunicazione sociale per la promozione alla lotta contro la contraffazione. La diffusione della campagna è avvenuta a livello nazionale con attività ATL, on line advertising, con dei focus nelle città di Otranto e Lecce in cui abbiamo realizzato video reportage, stand e merchandising.

Diffusione:

Tv e radio nazionali, canali social, monitor stazioni, aeroporti e autostrade.

Team

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

DARIO BERARDI Creative & Photographer





Print



Environmental Design



CGIL

XV congresso

Strategy:

Campagna di comunicazione per la promozione del 15° congresso della CGIL Palermo.

Attività:

Ideazione e realizzazione della creatività che è stata poi declinata su poster, maxi-affissioni, allestimento foyer, inviti per l'evento.

Diffusione:

Outdoor, Atl, Btl.

Team

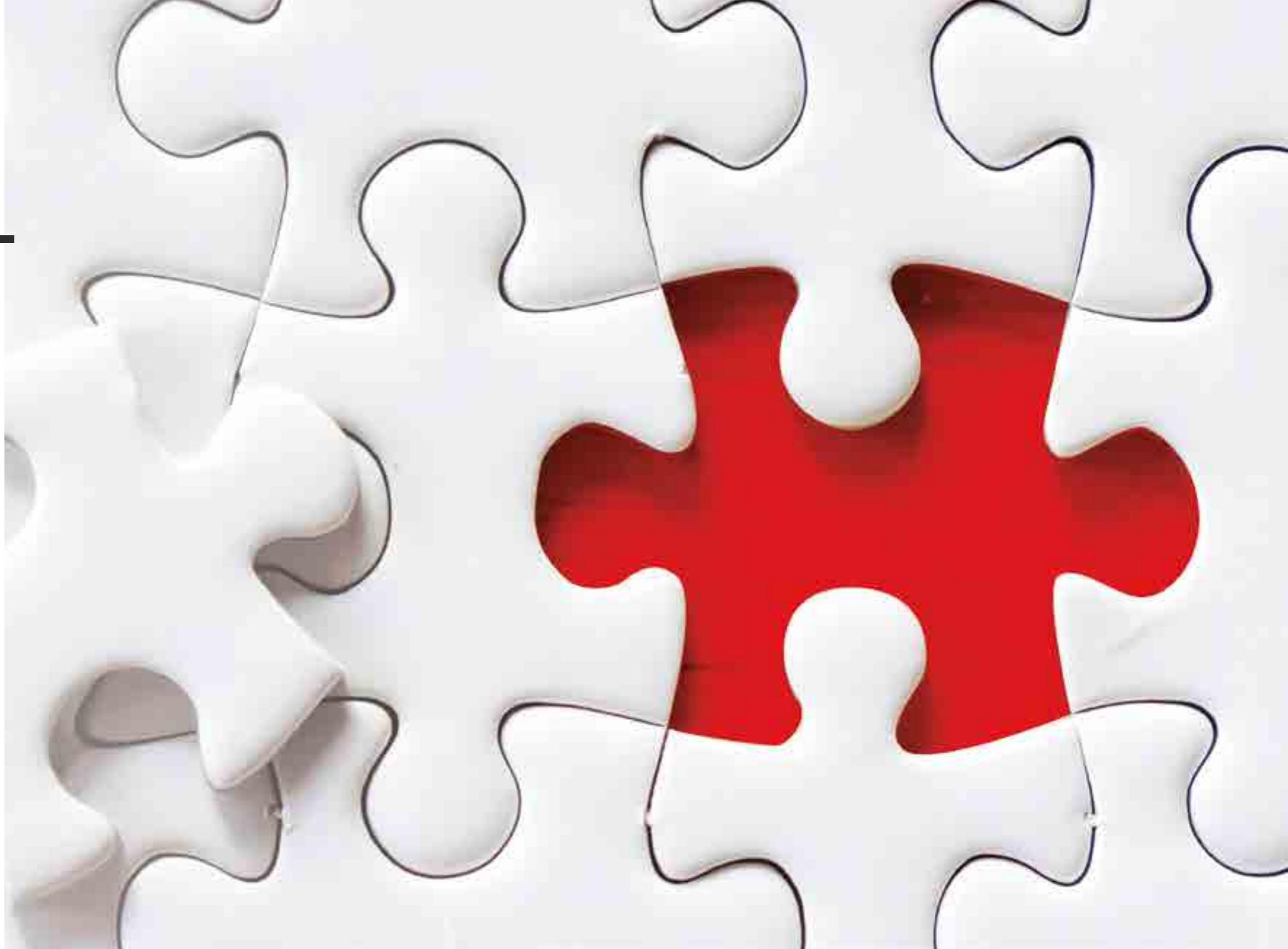
ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

STEFANO DIANA Author & Copywriter

FABIO FERRI Creative & Art Director

PIETRO BARONE Art Director





Roma Capitale

Strategy:

Per il cliente Roma Capitale: Assessorato al Lavoro, Dipartimento Turismo, abbiamo realizzato differenti attività nel settore della comunicazione istituzionale.

Attività:

Campagna di Comunicazione Sociale, Applicazione Mobile, Sito web, Social network.



Roma Capitale — Sicurezza sul lavoro

Strategy:

Per l'Assessorato alle Attività Produttive e al Lavoro è stata realizzata la Campagna "Il lavoro è importante, la sicurezza di più" per promuovere le iniziative di Roma Capitale, per la tutela e sicurezza dei lavoratori nei cantieri.

Attività:

Concept creativo, storyboard, comunicazione ATL sul territorio, online advertising, materiali informativi.

Diffusione:

Affissioni, retro bus, circuito Telesia.

Team

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

STEFANO DIANA Author & Copywriter

FABIO FERRI Creative & Art Director

DARIO BERARDI Creative & Photographer

Il lavoro è importante,
la sicurezza di più

Roma Capitale è sempre al tuo fianco







Roma Capitale

Roma Congressi

Location

Strategy:

Per il Dipartimento Turismo di Roma Capitale è stata realizzata l'Applicazione Mobile "Roma Congressi Location". Uno strumento che coniuga l'emozione di Roma Capitale con la promozione business della città, attraverso i più importanti siti archeologici e le strutture congressuali.

Attività:

Naming, branding, programmazione e sviluppo web app, tablet, mobile, apertura e gestione profilo social su Facebook.

Diffusione:

Apple Store, canali social.

Team

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

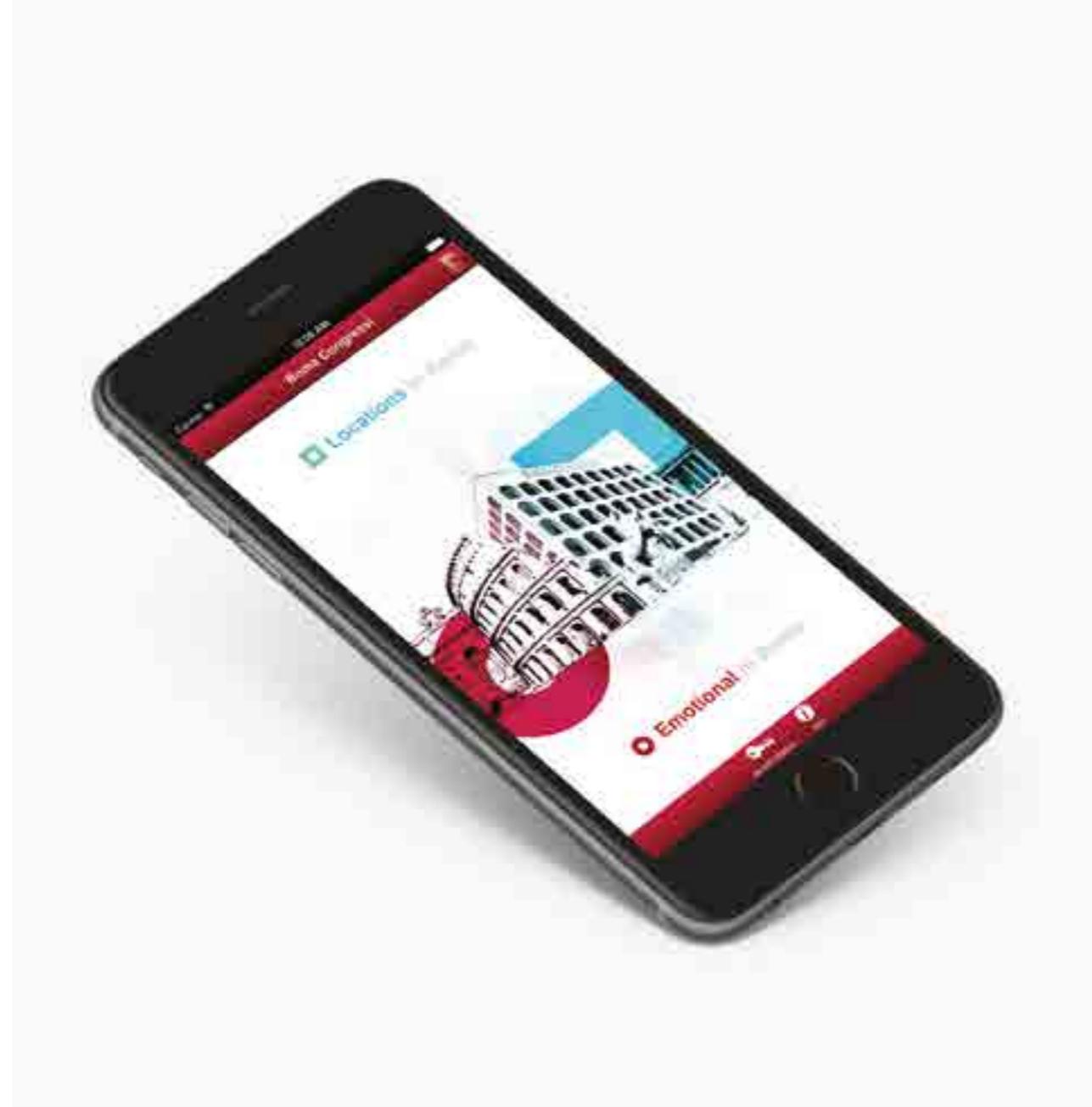
PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

DARIO BERARDI Creative Director



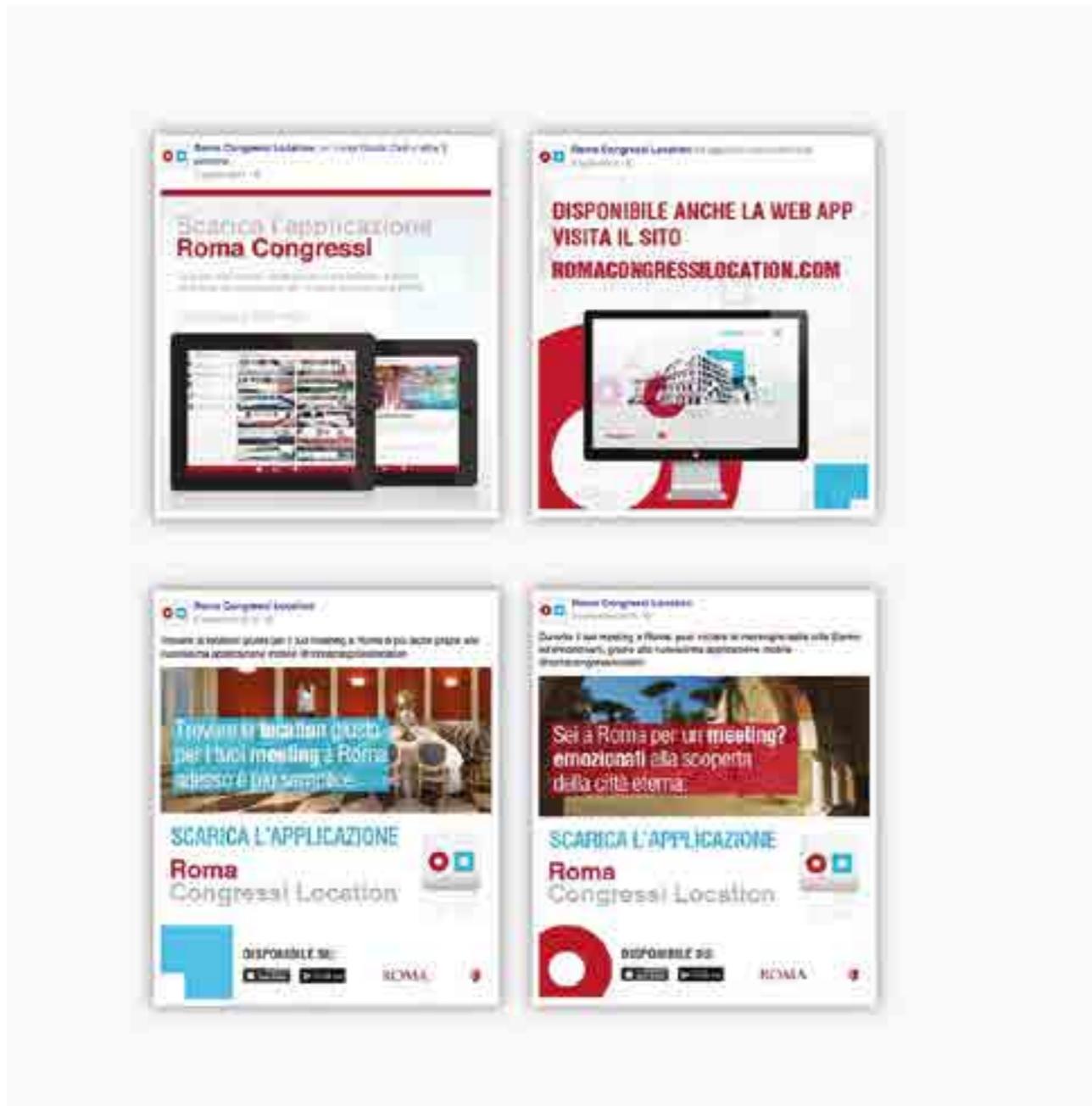




App Web & Mobile



Video Motion Graphic



Comune di Savignano Irpino

Strategy

Campagna di sensibilizzazione e informazione sull'applicazione delle nuove regole della raccolta differenziata nel Comune di Savignano Irpino.

Attività

Ideazione campagna, print advertising, allestimento stand e sito web.

Diffusione

Cartellonistica, volantinaggio, web.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

PIETRO BARONE Art Director

PAOLA ROLLO Graphic & Illustrator

Noi siamo differenti

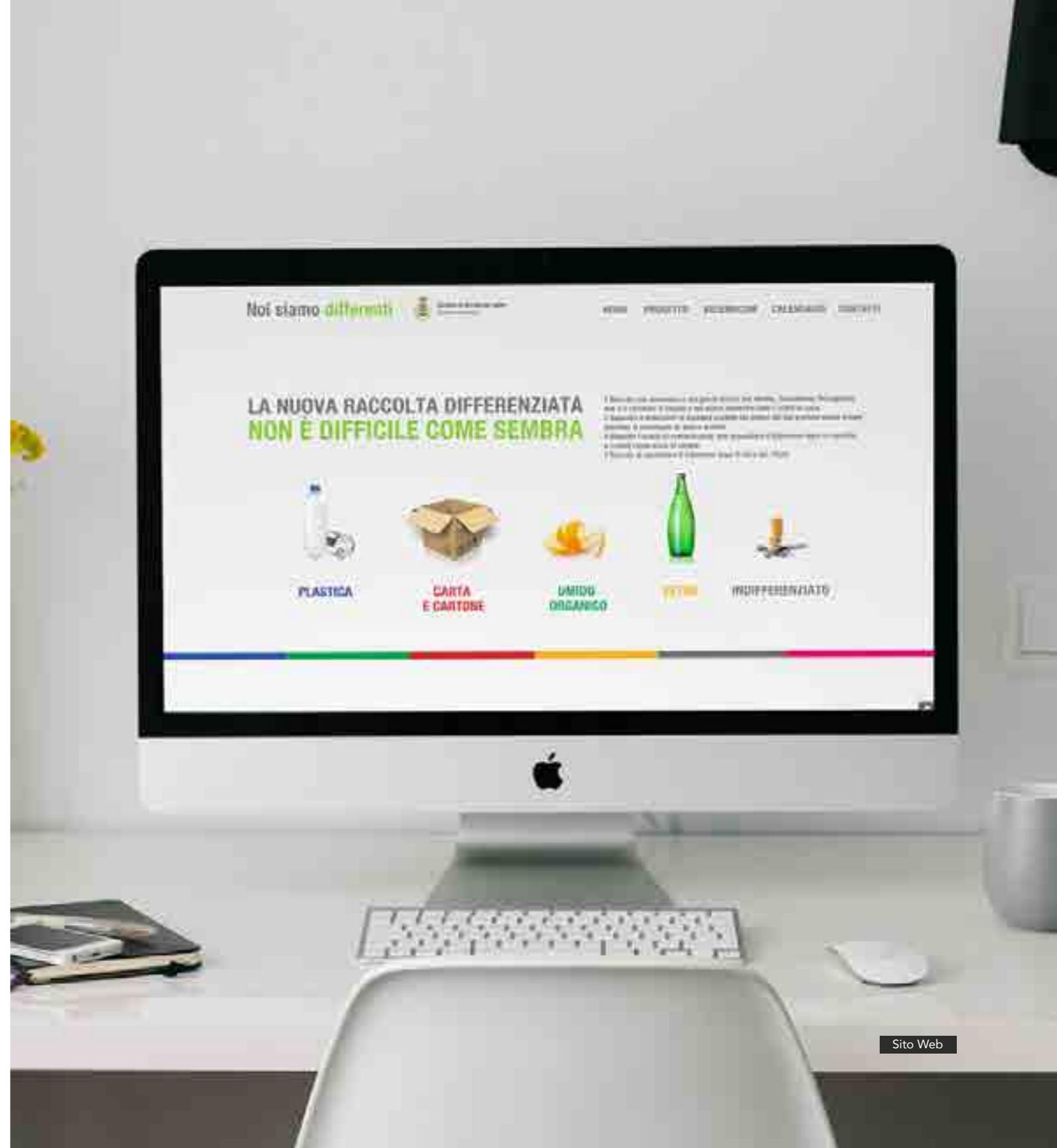
CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE SULLA RACCOLTA DIFFERENZIATA







Print



Sito Web

Roma Mobilità

Strategy

Ideazione e progettazione della nuova campagna per annunciare il lancio del nuovo sito web romamobilita.it, che informa gli utenti dei servizi online del quale potranno usufruire grazie al nuovo portale. Abbiamo realizzato anche la nuova veste grafica del sito indicato e tutti i materiali grafici che hanno permesso la diffusione della campagna.

Attività

Concept creativo, grafica per supporti di comunicazione cartacei, grafica per banner web, spot video in motion graphic, stand per evento e grafica sito web.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

PIETRO BARONE Art Director

PAOLA ROLLO Graphic & Illustrator





MUOVERSIAROMA.IT 

Per l'infomobilità in tempo reale,
ovunque ti trovi.



ROMA 



#RomaSemplice

ROMAMOBILITA.IT 

Per accedere ai nostri
servizi on line, ovunque ti trovi.



ROMA 

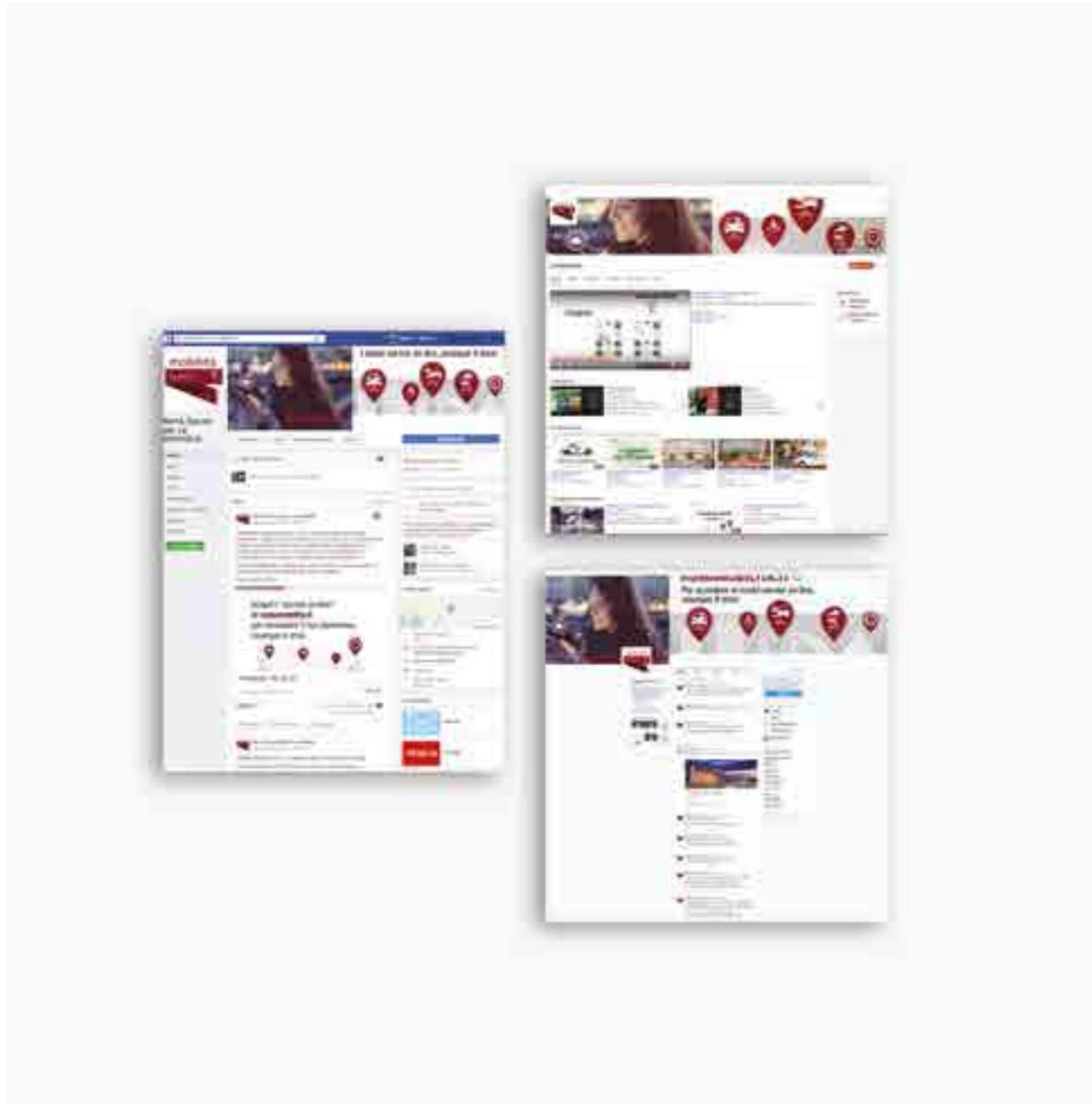




Print



Dinamica su Bus



Post Facebook



Sito Web Responsive

////////// ROMAMOBILITA.IT

o per il tuo permesso
di accesso alla ZTL,



#RomaSemplice

Roma Mobilità Carsharing

Strategy

Siamo partiti dal claim #sottocasatua per strutturare il concept della strategia, creando un visual che, grazie agli elementi reali e grafici, è in grado di rappresentare la mission del servizio. L'elemento reale è rappresentato dalla foto della facciata di un palazzo scattata nel quartiere Piccola Londra, a Roma Nord. A questo abbiamo aggiunto degli elementi grafici, righe del parcheggio e sagoma di una macchina, posizionati in modo da rappresentare l'arrivo dei nuovi parcheggi e quindi richiamare il concetto di #sottocasatua.

Attività

Concept creativo, grafica per supporti di comunicazione cartacei, grafica per banner web, spot video in motion graphic, evento di inaugurazione per nuovi parcheggi.

Diffusione

Telesia – sistemi di comunicazione televisiva per i luoghi pubblici.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

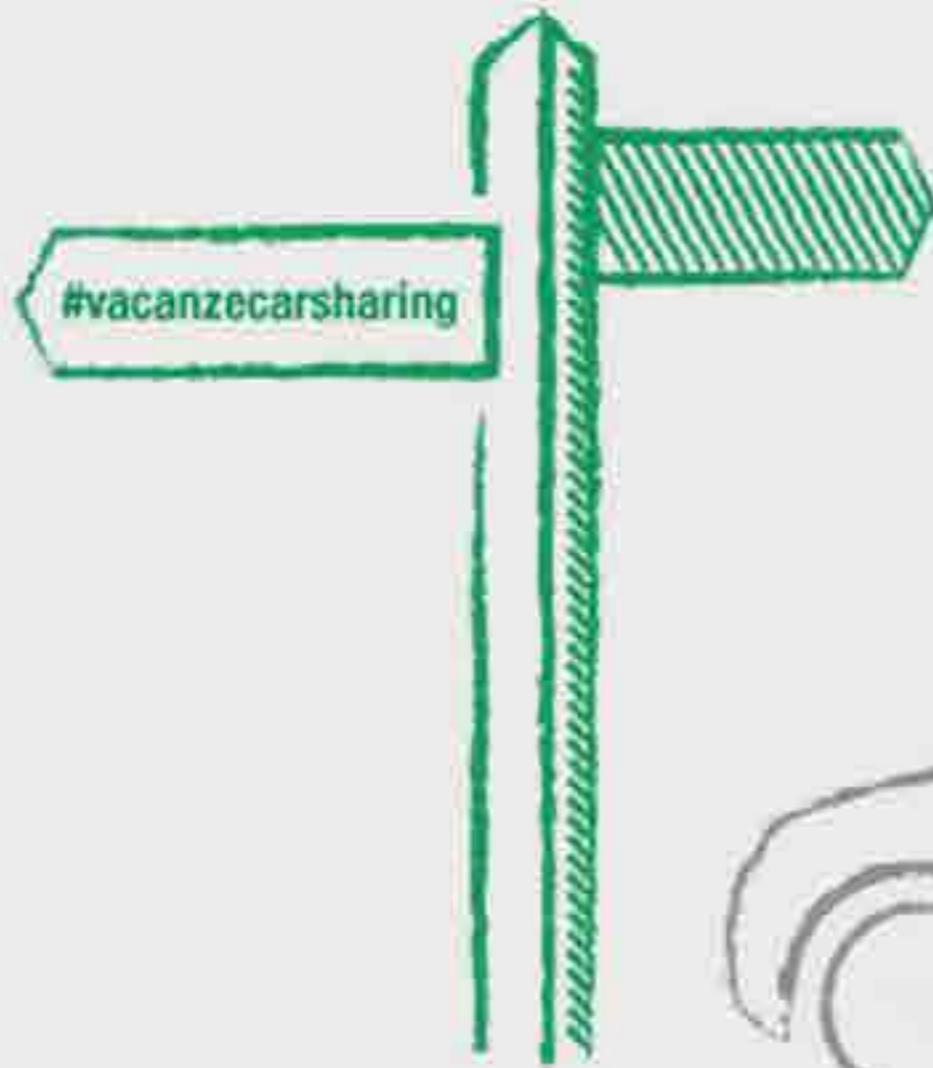
ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

PIETRO BARONE Art Director

PAOLA ROLLO Graphic & Illustrator





A vertical roll-up banner for Car Sharing Roma. The banner features a background image of a car on a road. The text on the banner includes:

In vacanza
con Car Sharing Roma
Scendi sul noleggio **fino a 5 giorni**
www.vacanzecarsharing.it

NUOVI parcheggi Car Sharing
e nuove auto in tutta la città.
Vai sul sito www.carsharing.roma.it

At the bottom of the banner, there is a white section with the word 'ROMA' in red, the Roma coat of arms, and the 'mobilità roma' logo with a red and green arrow pointing left.



Pagina Facebook



Print



Spot Video



Print

Roma Mobilità Keep Calm

Strategy

Per promuovere il concorso, indetto da Roma Servizi per la Mobilità, sulla sicurezza stradale, abbiamo creato una campagna con illustrazioni realizzate appositamente per il progetto, declinandole su materiale cartaceo e digitale.

Attività

Realizzazione della campagna informativa sul concorso per la sicurezza stradale. Declinazione della grafica su locandina, enviromental design, banner web e video per il circuito Telesia.

Staff

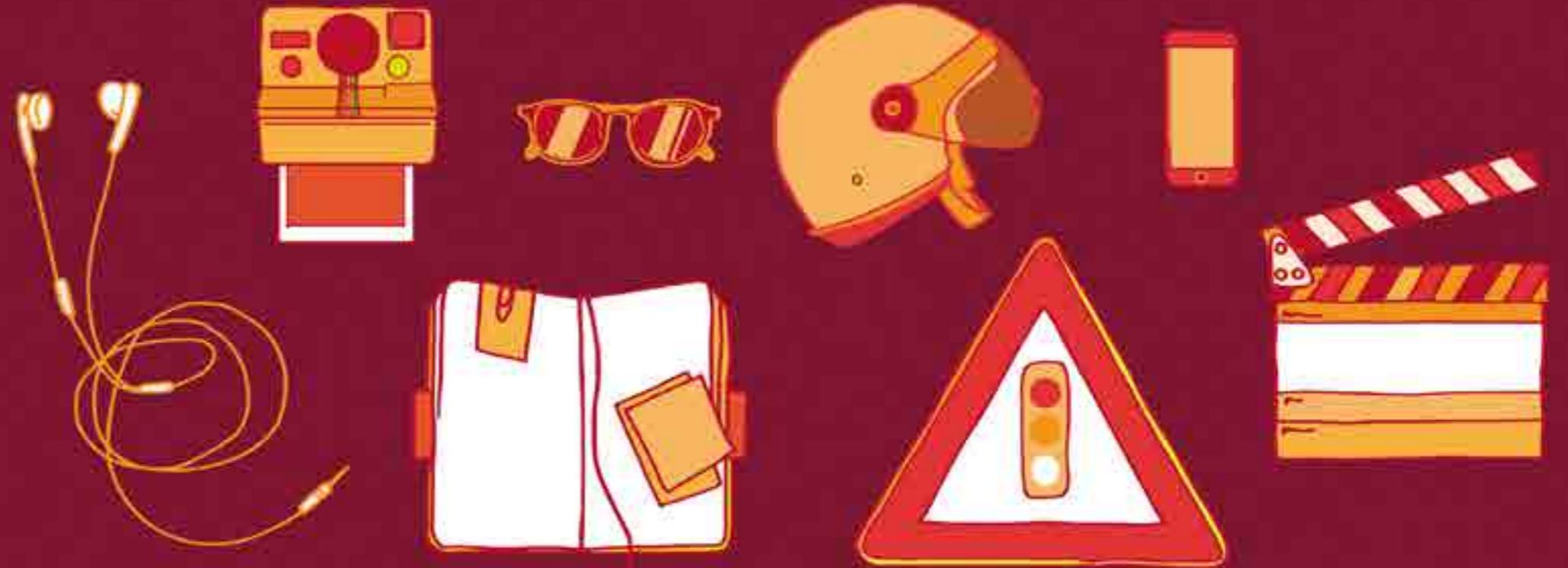
ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

PAOLA ROLLO Graphic & Illustrator





Sistema di Icone

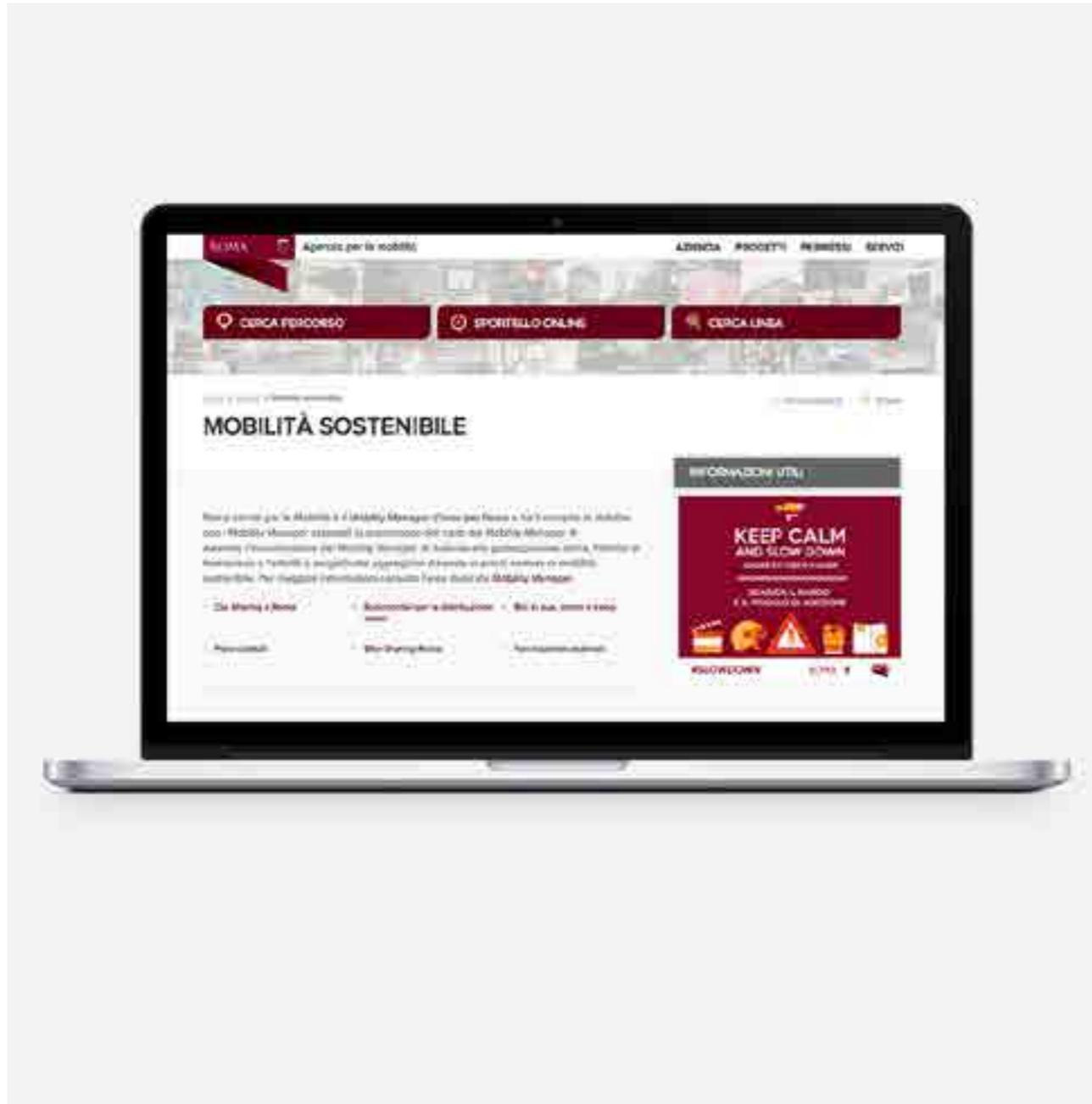
KEEP CALM AND SLOW DOWN ANCHE TU VIDEO MAKER

REALIZZA IL TUO CORTO SULLA SICUREZZA STRADALE

In occasione del Festival per la sicurezza della società italiana, Roma Capitale e Regione Lazio, con il patrocinio di Roma Mobilità, promuovono un'iniziativa unica e tutti gli utenti saranno invitati al Festival del Telefono Cellulare per realizzare un cortometraggio sul tema della sicurezza stradale e dei comportamenti di guida a norma.
Le scuole che intendono partecipare potranno scaricare il materiale a disposizione e realizzare il cortometraggio con i propri studenti e docenti.
Una giuria di esperti valuterà i cortometraggi e selezionerà i più originali e innovativi per la promozione della sicurezza stradale.
Il premio sarà consegnato ai vincitori il 12 ottobre 2012, durante il Festival della Sicurezza e la Mostra della Sicurezza.

ROMA

Outdoor



Sito Web



Roll Up



Banner Web



Spot Video

Roma Mobilità Chiamataxi

Strategy

Chiamataxi è il servizio automatizzato del Comune di Roma per la ricerca di taxi in prossimità, disponibile via risponditore vocale e mobile app. Per immedesimare la facilità di reperimento introdotta con questo sistema, descritto all'origine come «il modo più semplice per chiamare un taxi a Roma», abbiamo scelto di rappresentare con altrettanta semplicità il collegamento tra tassista e utente.

Il contesto cittadino specifico è mostrato ponendo i principali monumenti di Roma sullo sfondo dei due elementi principali, il taxi e il telefono. Oltre al logomarchio del servizio, i materiali da noi prodotti includono un' affissione dinamica bus 70x100, uno spot da 30" per il circuito metro, uno spot radio da 30", le decalcomanie per la personalizzazione dei taxi, e un completo video tutorial in motion graphics.

Attività

Logo, video, advertising, decorazione veicoli.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

PIETRO BARONE Art Director

PAOLA ROLLO Graphic & Illustrator



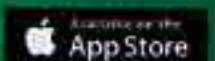
CHIAMATAXI

06 06 09

IL SERVIZIO DI ROMA CAPITALE
CHE TI CHIAMA IL TAXI PIÙ VICINO

SCARICA L'APP
CHIAMATAXI 06 06 09

Disponibile su:



ROMA





Outdoor







CNR ISMN

Strategy

Restyling della brand identity per rendere chiaramente riconoscibile l'Istituto e l'elevata qualità scientifica dei suoi progetti di ricerca.

Attività

Logo, brand identity, sito web con back-end facilmente gestibile dai ricercatori in prima persona.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director





C 87
M 71
Y 31
K 20

R 44
G 71
B 107

#C466A



C 1
M 93
Y 53
K 0

R 227
G 39
B 81

#E32551

Helvetica neue LT Std - 67 Medium Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Helvetica neue LT Std - 57 Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz





Sito Web responsive

Clienti privati

Autostrade per l'Italia

Docplanner

Vises Onlus - Federmanager

Associazione Attiva Giovani

Università UNINT

Università Capus Biomedico di Roma

Università Lumsa

Università Unicusano

Impasto

Vanni

Musica Riva Festival

Farnese Gioielli

Aeterna Design

Pickwick

Speed Master Team

02

Clienti privati

Autostrade

Sei in un Paese Meraviglioso Artigiano per un giorno

Strategy

Sei in un Paese Meraviglioso è il titolo del programma realizzato da Autostrade per l'Italia, condotto da Dario Vergassola e trasmesso su Sky Arte.

La nostra Agenzia ha realizzato quattro teaser di lancio del programma, trasmessi e viralizzati sui canali social di Autostrade e Sky Arte, producendo delle pillole da 1,20". Sono stati girati i teaser di questi video all'esterno delle principali Stazioni di Servizio: Giovi, Arno, Murge e Teano.

Attività

Interviste, riprese video, montaggio e finalizzazione delle quattro puntate e dei quattro teaser diffusi attraverso i canali (Facebook e YouTube) istituzionali di Autostrade per l'Italia.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

STEFANO DIANA Author & Copywriter

FABIO FERRI Creative & Art Director

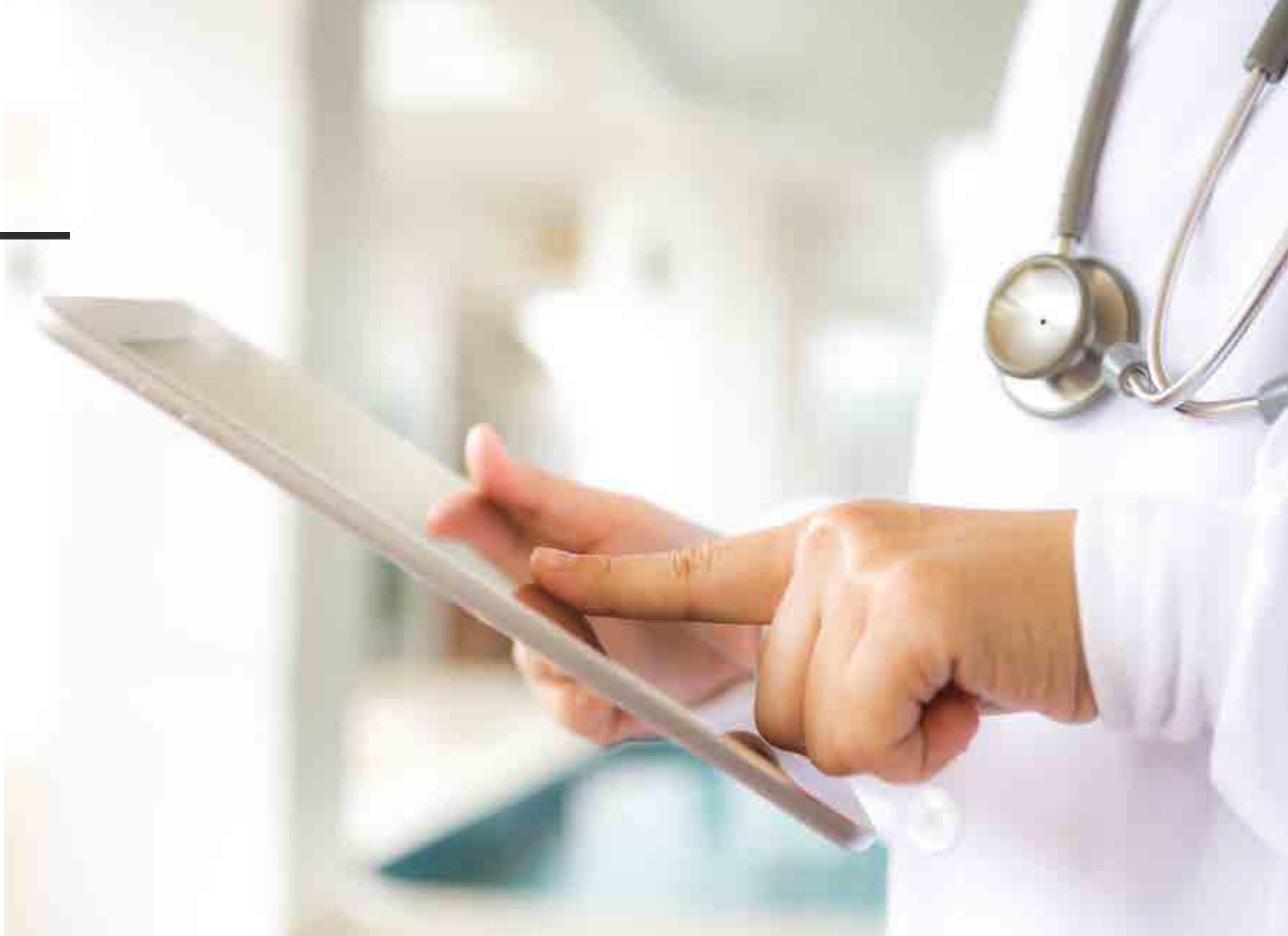




Video

Visual del Format

Docplanner



Strategy

Per la multinazionale Doc Planner, leader nel settore della sanità privata, abbiamo realizzato una campagna di digital pr, attraverso l'ideazione di un contenuto branded (infografica) e la distribuzione su oltre 800 siti. Inoltre è stata sviluppata un'attività di link building. Dal punto di vista creativo, sono stati progettati diversi strumenti di comunicazione.

Attività

Digital pr, link building e infografica.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

MARCO RICCIONI Social & Digital Pr



Stationery



PR Online

Docplanner



Obiettivi
Incrementare l'awareness



Target
Tutte le età



Concept
italiasicura



Attività svolte

Proposte creative

Sono state ideate 2 proposte creative potenzialmente interessanti per differenti tipologie di target.

Scouting fonti

Individuare i siti e i blog che potessero essere maggiormente interessati alla pubblicazione del contenuto creativo.

Raccolta dati

I dati sono stati reperiti dal sito italiasicura.governo.it, così da offrire un contenuto attendibile e informativo.

Comunicato stampa

È stato redatto un comunicato stampa di presentazione dell'iniziativa.

Follow up e reminder

Con lo scopo di ottenere il maggior numero di link possibili.



Risultati raggiunti

128

Publicazioni



63

Publicazioni Web



65

Publicazioni Social

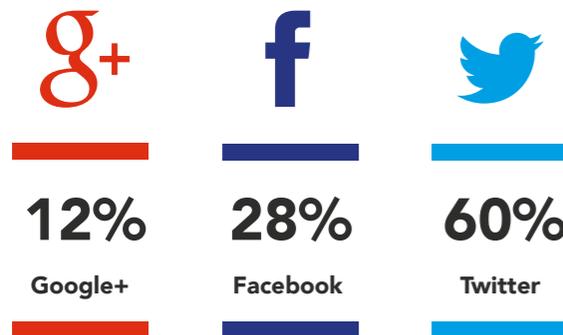




Risultati raggiunti



Publicazioni social



Publicazioni web per tipologia



Attiva Giovani

Strategy

Materiali informativi e pubblicitari orientati al target di riferimento durante le campagne di promozione. Progettazione e realizzazione dell'app mobile "Chi guida stasera", con il gioco del "Gratta e guida" per la scelta responsabile del guidatore designato per riportare a casa gli amici senza bere.

Sito web multidevice e collegato ai social network. Campagna advertising con un mix di mezzi composto da cartelloni, vele dinamiche, spot TV locali e banner online.

Attività

Naming, brand identity, sito web, mobile app dell'Associazione, merchandising, video di presentazione e allestimento per eventi.

Staff

ALFREDO VISCA founder & sales director

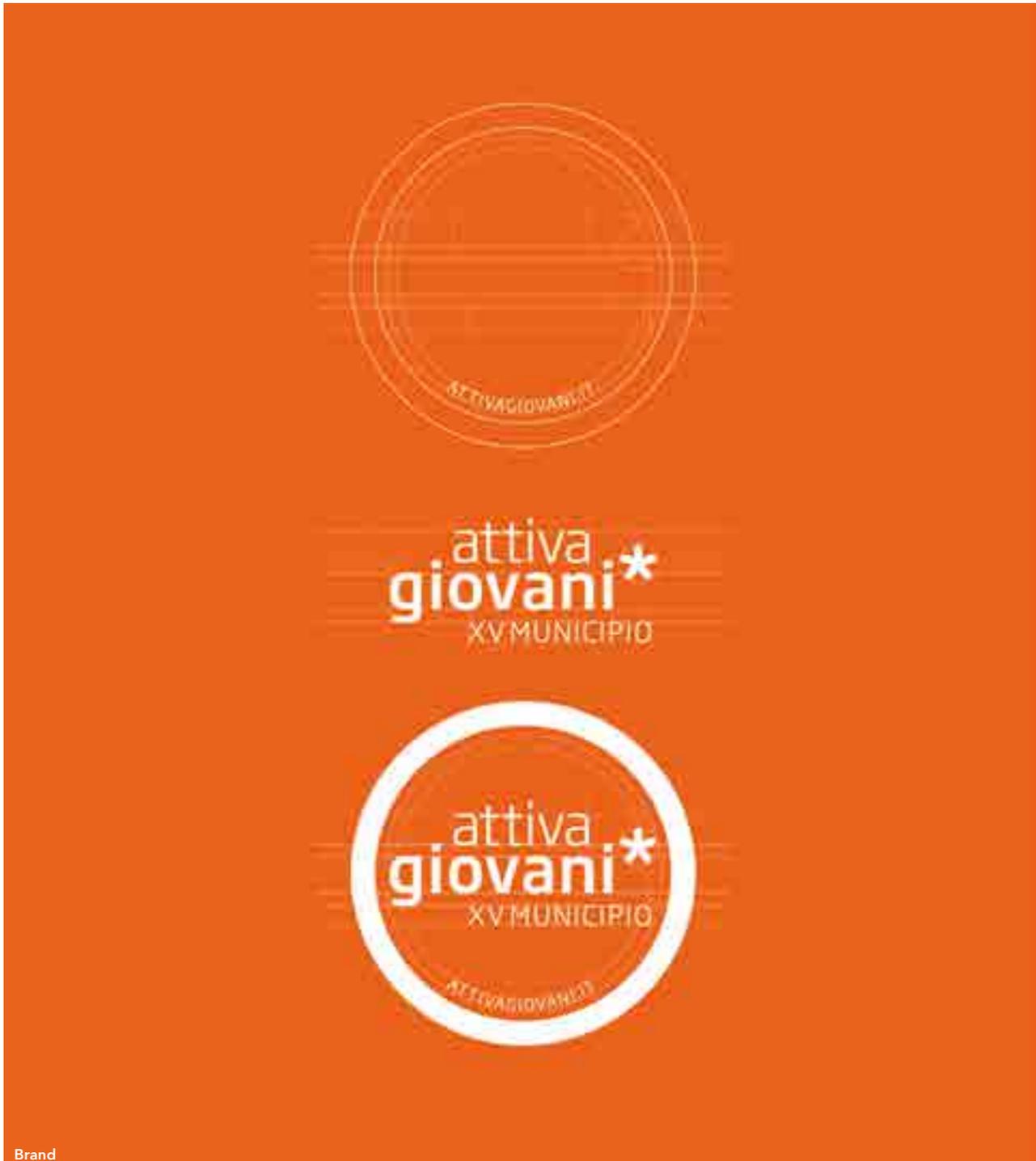
PIETRO CAUSATI founder & ceo

CINZIA SPORTELLI Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

MARCO RICCIONI Social & Digital PR





Brand



Costruzione del Marchio





Outdoor



Scegli il numero dei giocatori



Decidi quale giocatore essere



Brattà



Chi guida stasera?

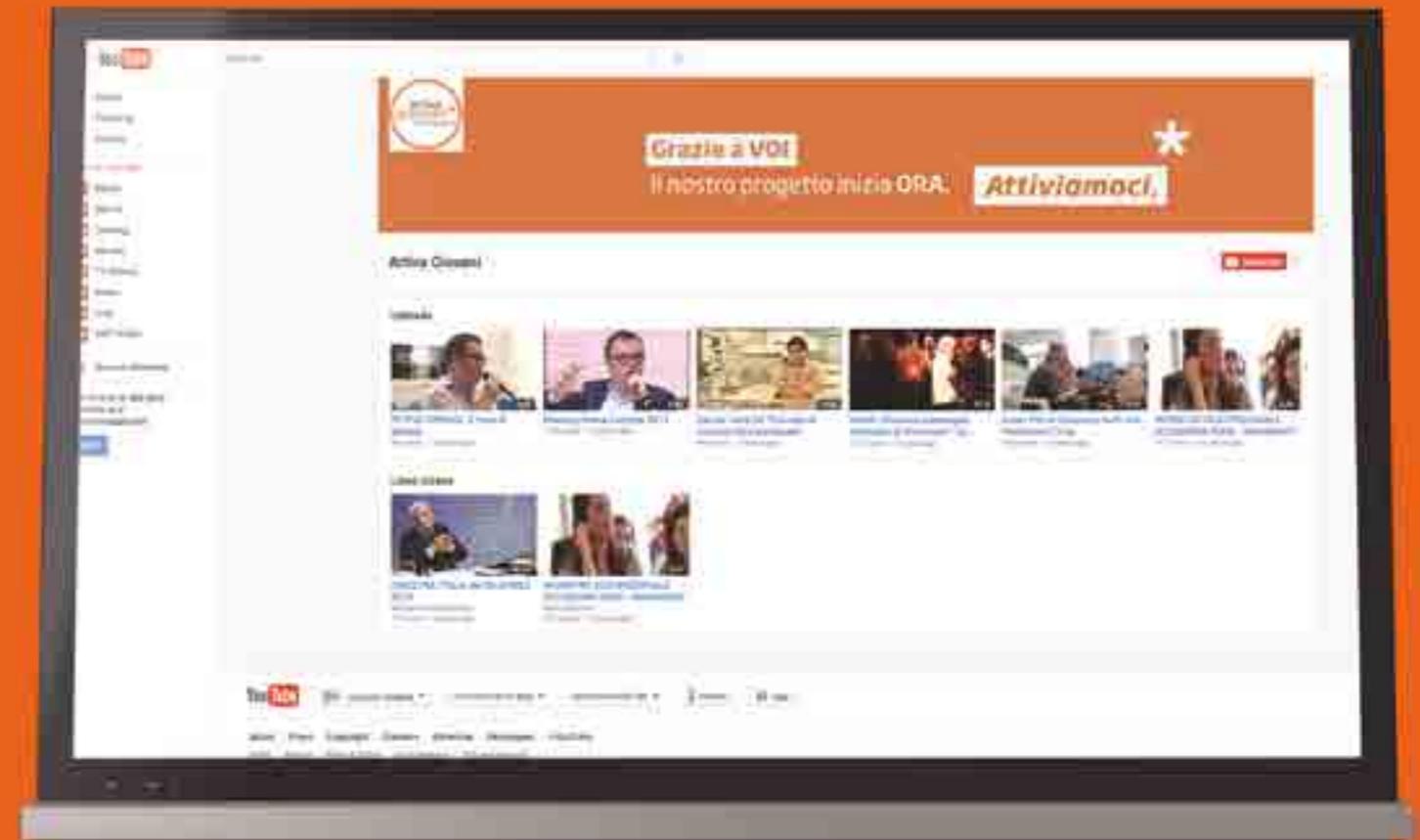
App Mobile



Sito Web



Spot e Video Interviste



Canale Youtube

UNINT Università

Strategy

Progettazione grafica e programmazione del nuovo sito web dell'università. Ideazione del concept e sviluppo del progetto creativo di arredamento ambientale, segnaletica e della campagna di Advertising "we think Unint".

Attività

Sito web, environmental design, Advertising Atl.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

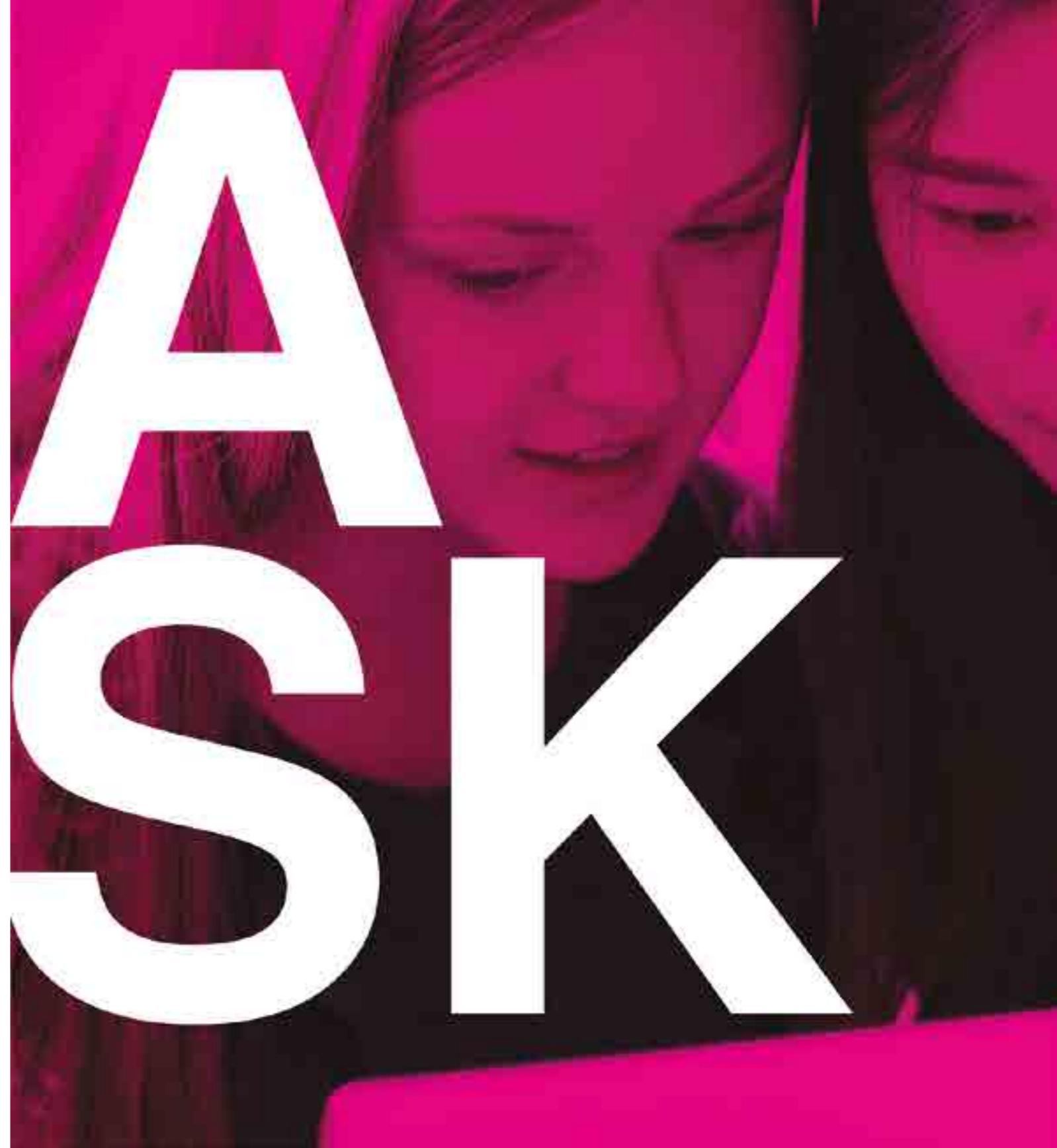
PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

PIETRO BARONE Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

PAOLA ROLLO Graphic & Illustrator







Outdoor

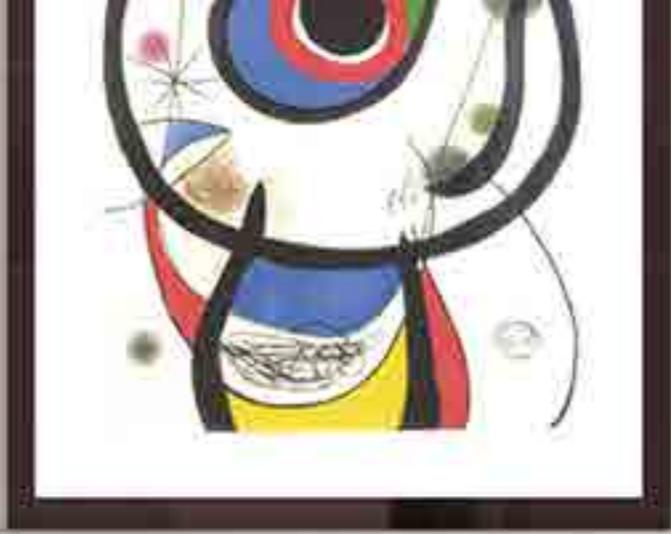




**WE
LCO
ME**

**Benvenuto
Bienvenue
Willkommen
Bienvenido
Bem-vindo
добро пожаловать
أهلاً وسهلاً
欢迎**

**INTERNATIONAL
THINKING**



Università Campus Biomedico di Roma

Strategy

Ideazione e progettazione della brand identity, per l'evento "Settimana della Ricerca" a cura del Campus Bio Medico.

Sviluppo della locandina degli eventi settimanali e giornalieri, declinazione della creatività sui vari supporti di allestimento e merchandising.

Produzione e adattamento dei materiali per l'attività di comunicazione sul web e sulle piattaforme social.

Attività

Brand Identity, ATL, Environmental Design, Merchandising e declinazioni per piattaforme social.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

CINZIA SPORTELLI Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

PAOLA ROLLO Graphic & Illustrator



SETTIMANA DELLA
RICERCA



SETTIMANA DELLA RICERCA

DOSIS | *dosis light* | *dosis regular* | *dosis medium* | *dosis semibold* | *dosis sbold*

SETTIMANA DELLA RICERCA | 30 GIUGNO - 3 LUGLIO 2015

CALENDARIO INCONTRI

30 GIUGNO | 10:00 - 11:00 | **GIORNATA ANIMALE DI ATTIVITÀ**

1 LUGLIO | 10:00 - 11:00 | **GIORNATA ANIMALE DI ATTIVITÀ**

1 LUGLIO | 11:30 - 17:00 | **GIORNATA ANIMALE DI ATTIVITÀ**

3 LUGLIO | 10:00 - 11:00 | **GIORNATA ANIMALE DI ATTIVITÀ**

3 LUGLIO | 11:30 - 17:00 | **GIORNATA ANIMALE DI ATTIVITÀ**

3 LUGLIO | 17:00 - 19:00 | **GIORNATA ANIMALE DI ATTIVITÀ**

WWW.UNICAMPUS.IT/SETTIMANADELLARICERCA2015





SETTIMANA DELLA RICERCA
CALENDARIO INCONTRI

30 GIUGNO

31 GIUGNO

1 LUGLIO

2 LUGLIO

3 LUGLIO

3 LUGLIO

3 LUGLIO

www.campusbiomedico.it/settimana-della-ricerca/





Publicità su Quotidiano



Social

Università Lumsa

Strategy

Ideazione e progettazione del nuovo concept creativo declinato sui vari supporti promozionali che sono stati progettati per l'Università Lumsa di Roma.

Attività

Flyer, locandina, pieghevole e roll up.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

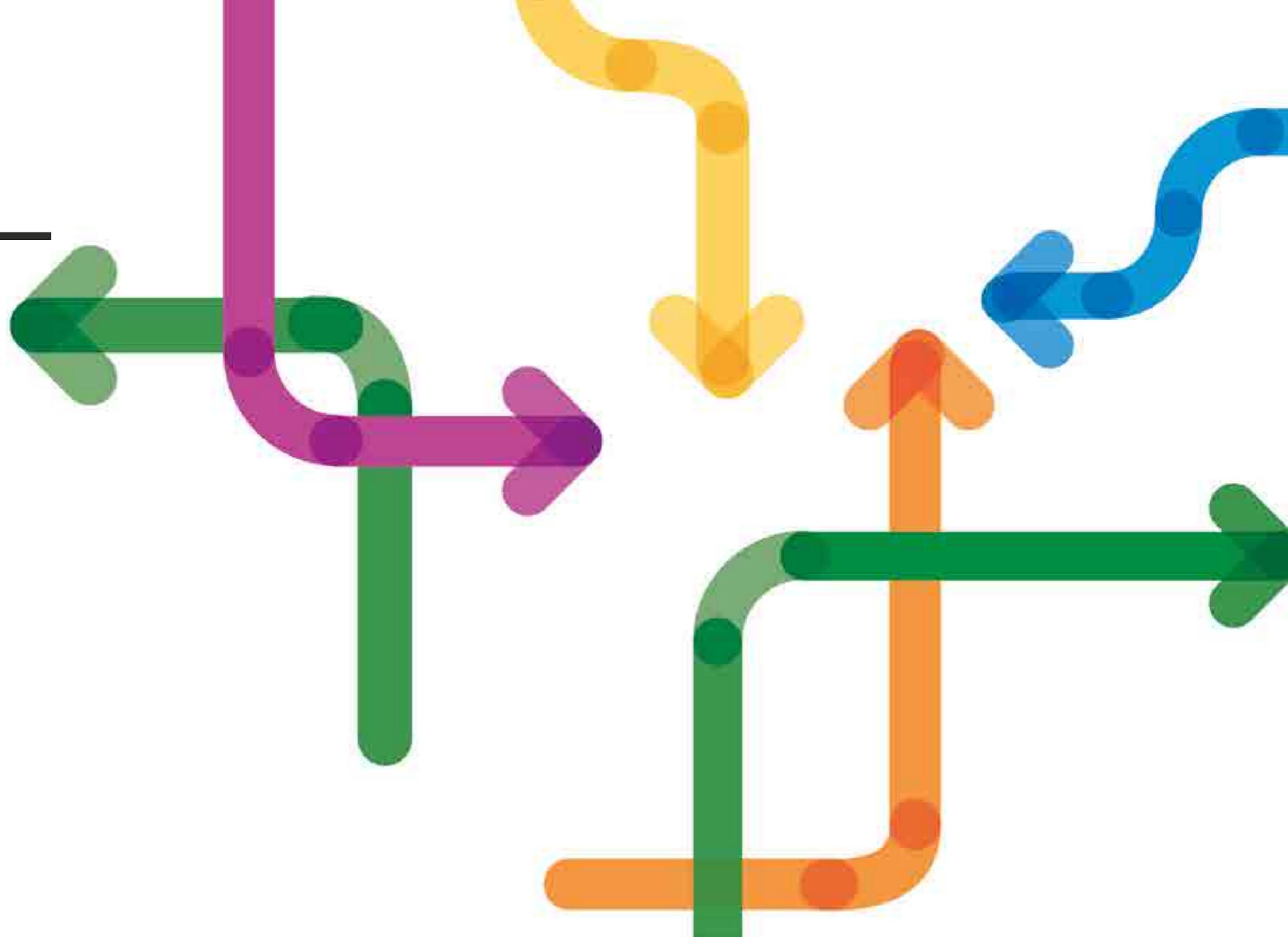
PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

DARIO BERARDI Creative & Photographer

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

PAOLA ROLLO Graphic & Illustrator





Roll Up



Print



Università Unicusano

Strategy

Per l'Università Niccolò Cusano è stata creata un'immagine aggiornata in sintonia con l'evoluzione della formazione universitaria, che cerca il contatto con i ragazzi più chiaro possibile.

Attività

Brochure, flyer, locandine, biglietti da visita, poster, pannelli, segnaletica. Sito web responsive coordinato. Advertising nazionale e locale: spot TV in onda sui principali media nazionali (Rai, Mediaset) e sul circuito cinema, campagne affissione per promuovere l'apertura del nuovo campus a Roma.

Allestimento ambienti interni sul tema cultura: idee, giovani e grandi personaggi del passato, concepito come percorso in continua evoluzione per comunicare con gli studenti: installazioni, poster, totem, bandiere, segnaletica esterna. Servizio fotografico realizzato in diverse fasi e per differenti attività di comunicazione e marketing. Le foto sono state utilizzate off line e on line.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer





TRADIZIONE
CRESCITA
INNOVAZIONE



NICCOLO' CUSANO
LA TUA UNIVERSITÀ



UNIVERSITÀ
NICCOLO' CUSANO

UNIVERSITÀ
NICCOLO' CUSANO

UNIVERSITÀ
NICCOLO' CUSANO



RICERCA
INGEGNERISTICA, BIOMEDICA,
INTERNAZIONALE

**AREE
E CORSI
DI LAUREA**

SEI AREE DIDATTICHE
TREDICI CORSI DI LAUREA

AREA DIDATTICA	CORSI DI LAUREA
AREA ECONOMICA	LAUREA IN ECONOMIA
AREA ECONOMICO-AMMINISTRATIVA	LAUREA IN ECONOMIA E MANAGEMENT
AREA INFORMATICA	LAUREA IN INFORMATICA
AREA INgegNERISTICA	LAUREA IN INGEGNERIA
AREA MEDICA	LAUREA IN MEDICINA
AREA SCIENTIFICO-TECNOLOGICA	LAUREA IN SCIENZE E TECNOLOGIE
AREA SOCIALE	LAUREA IN SCIENZE POLITICHE
AREA UMANISTICA	LAUREA IN LETTERE E SCIENZE UMANE



**L'UNIVERSITÀ
NICCOLO' CUSANO**

STORIA E PRESSIONE A CAMPUS
STORIA E PRESSIONE A CAMPUS
STORIA E PRESSIONE A CAMPUS

ATTIVITÀ

STORIA E PRESSIONE A CAMPUS
STORIA E PRESSIONE A CAMPUS
STORIA E PRESSIONE A CAMPUS



APPRENDERE
L'UNIVERSITÀ NICCOLO' CUSANO

13 CORSI DI LAUREA E 13
CORSI DI LAUREA E 13
CORSI DI LAUREA E 13

**I PERCORSI
POST LAUREAM**

AREA ECONOMICO-AMMINISTRATIVA
AREA ECONOMICO-AMMINISTRATIVA
AREA ECONOMICO-AMMINISTRATIVA

AREA ECONOMICO-AMMINISTRATIVA
AREA ECONOMICO-AMMINISTRATIVA
AREA ECONOMICO-AMMINISTRATIVA



Banner Web



Sito Web





Impasto

Il segreto della pizza

Strategy

Ideazione, progettazione della brand identity e del naming, per una nuova pizzeria a taglio. Abbiamo realizzato i materiali di stampa, tra cui i menù, i flyer e l'enviromental design. Promozione sul territorio e realizzazione del sito on line.

Attività

Brand Identity, Print, Enviromental Design, Promotion, Social activity e Web Site.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

PIETRO BARONE Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

PAOLA ROLLO Graphic & Illustrator

MARCO RICCIONI Social & Digital Pr



IMPASTO
— IL SEGRETO DELLA PIZZA —

IMPASTO

IL SEGRETO DELLA PIZZA

OLIVE FILL

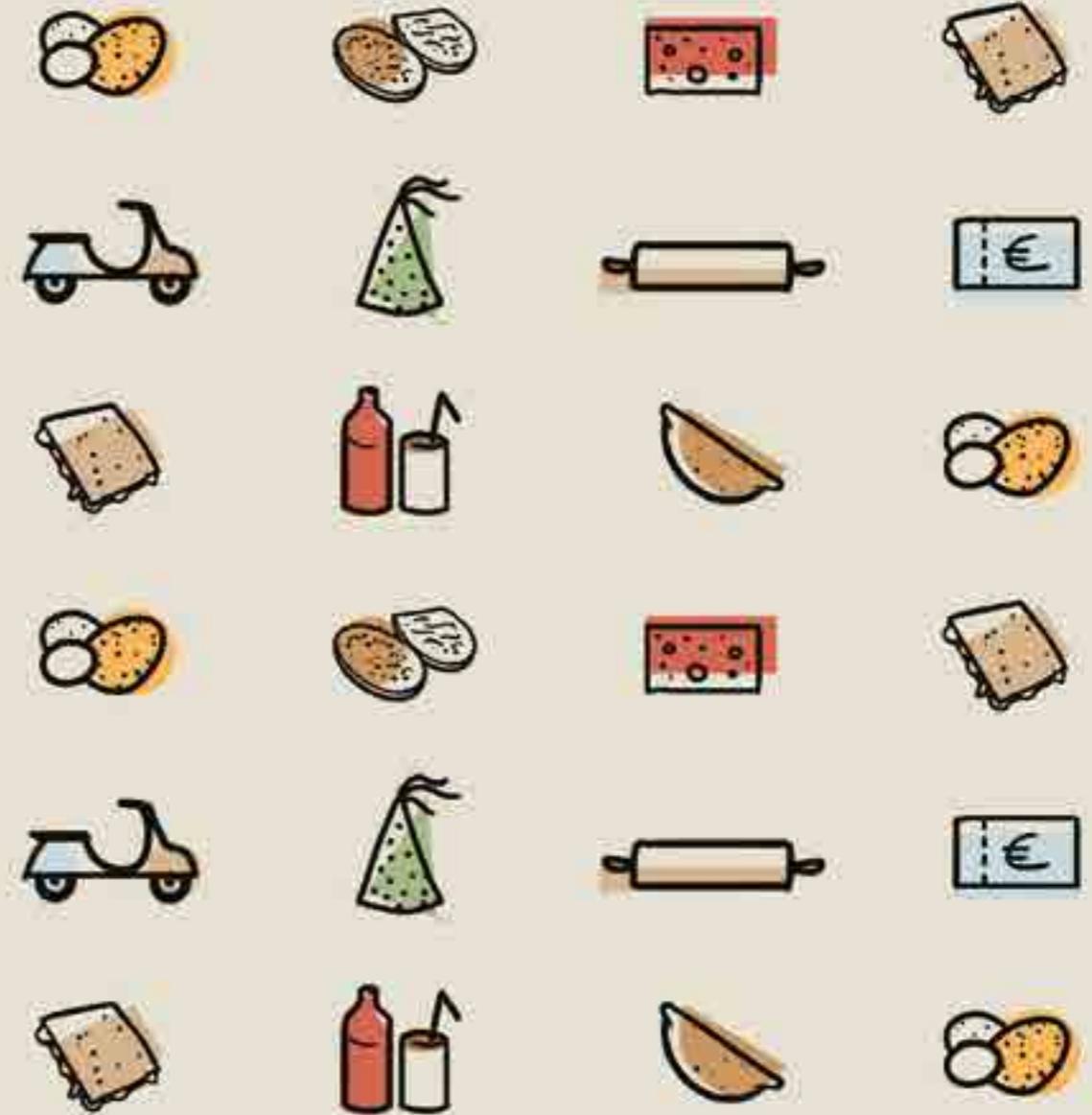
AaBbCc
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
0123456789

Trade Gothic Bold Condensed 20

AaBbCc
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
0123456789

Trade Gothic Bold Condensed 18

AaBbCc
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
0123456789





Print



Stationery



Applicazione del Brand su Abbigliamento



Packaging



Post Facebook



Pagina Facebook



Vanni

Strategy

Per il Gruppo Vanni, storica società romana che dagli anni '40 che si occupa di gastronomia, pasticceria, ristorazione e catering, e la sua Casina di Macchia Madama dedicata ad attività di ristorazione e cene di gala, abbiamo realizzato brochure, flyer e siti web responsive.

Attività

Marketing collaterals, web, print.

Staff

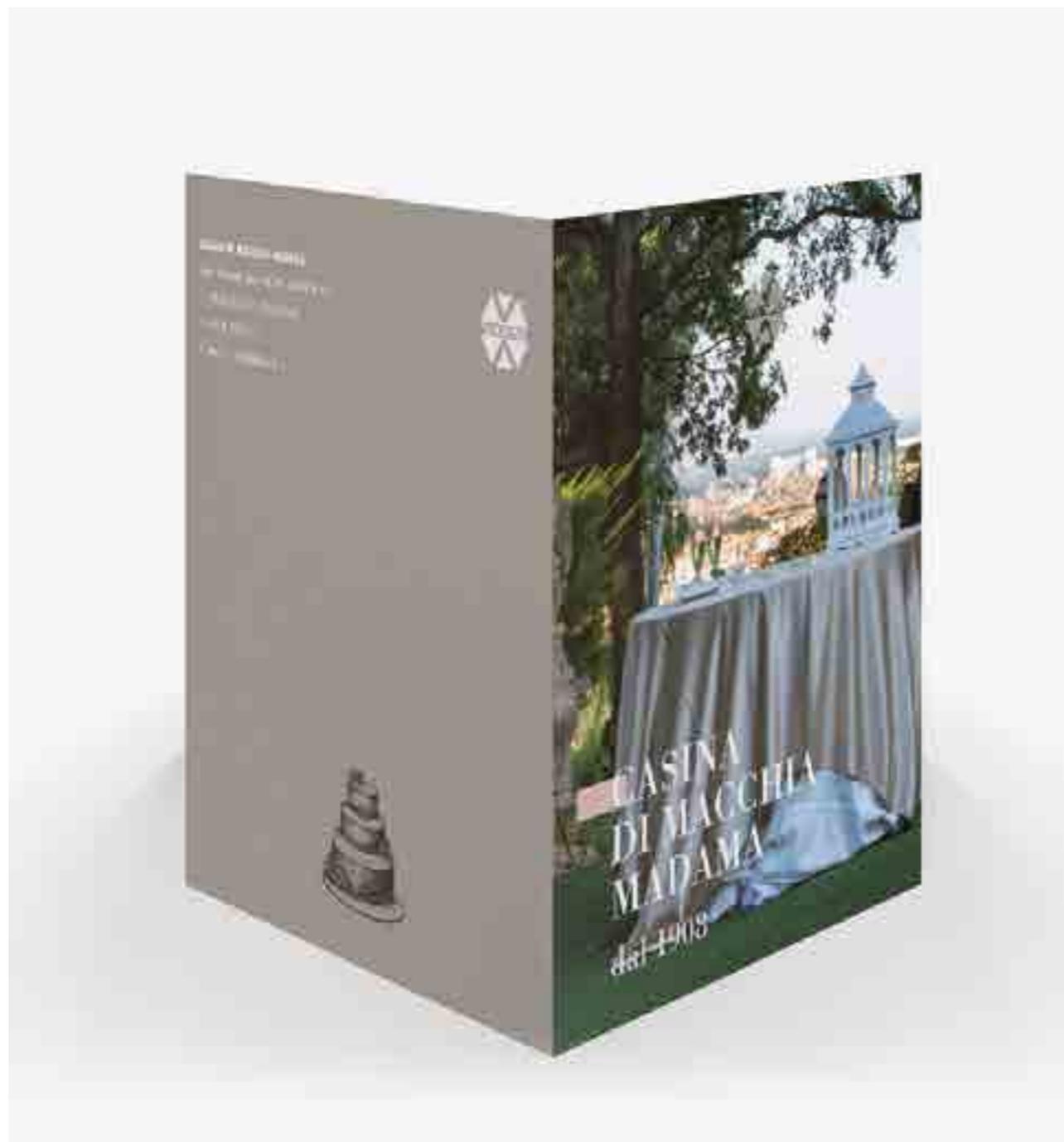
ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

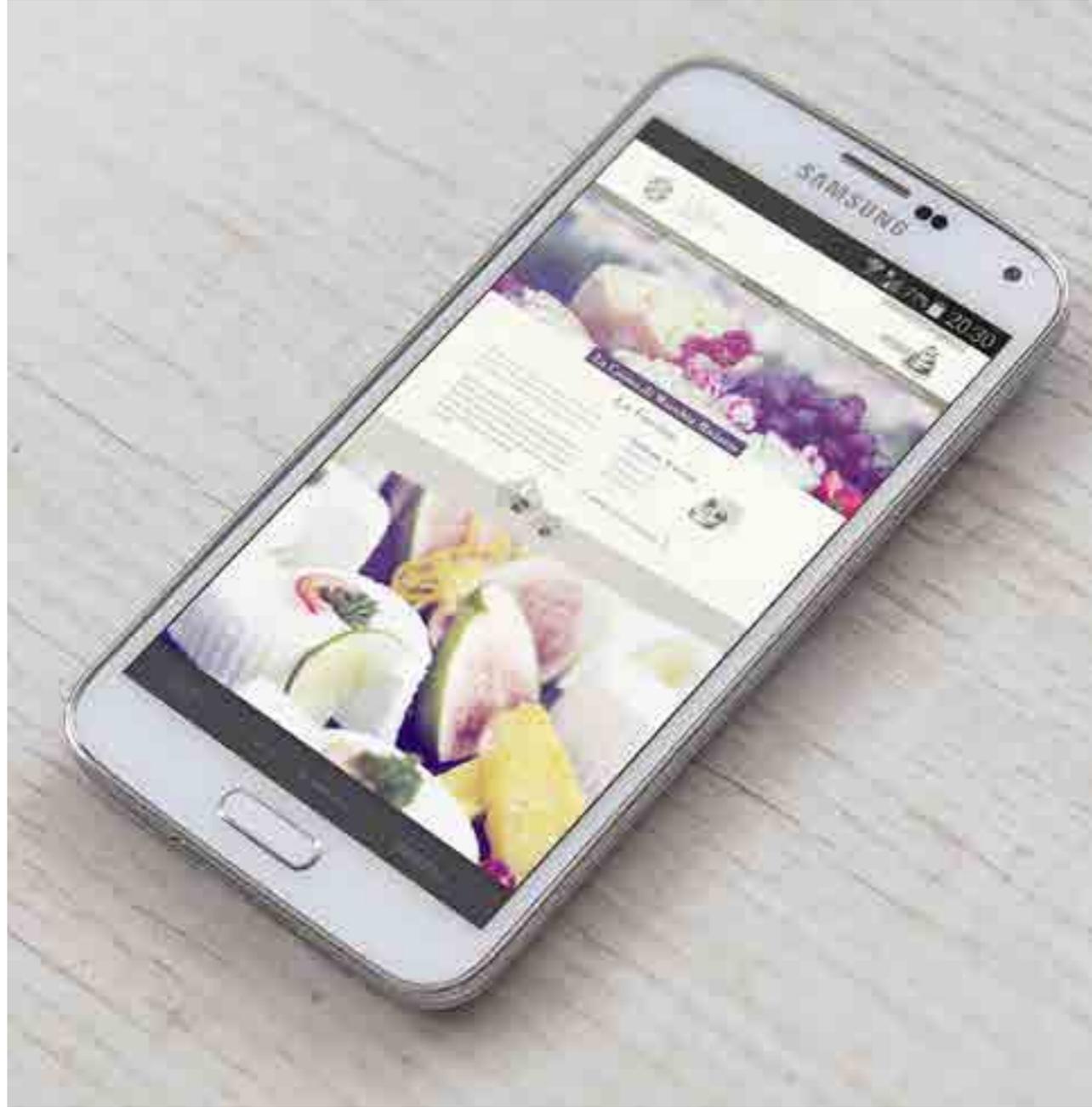
PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer







Musica Riva Festival

Strategy

Il logo è stato progettato per comunicare l'importanza dell'evento, creando un'immagine nuova in grado di rivitalizzare la creatività del Festival internazionale di musica che si svolge ogni anno sulle rive del lago di Garda. Il sito web è stato disegnato ad hoc per rispondere alle esigenze culturali e di target del brand Musica Riva Festival.

Per il Festival è stata realizzata una campagna pubblicitaria con maxi-affissioni. Fotografie dell'evento.

Attività

Logo, brand identity, sito web, affissioni.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

DARIO BERARDI Creative & Photographer





Corporate Identity



Stationery



Outdoor



Farnese Gioielli

Strategy

Sito web che dà la possibilità di cambiare colori e modelli degli anelli per formare il proprio gioiello unico. Campagna advertising online per il lancio dei primi prodotti. Tutti i prodotti Farnese Gioielli sono stati fotografati in studio con la tecnica dello still life. Per la campagna lancio, fotografato anche l'indossato con modella.

Attività

Sito web interattivo, photo production, advertising on line.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

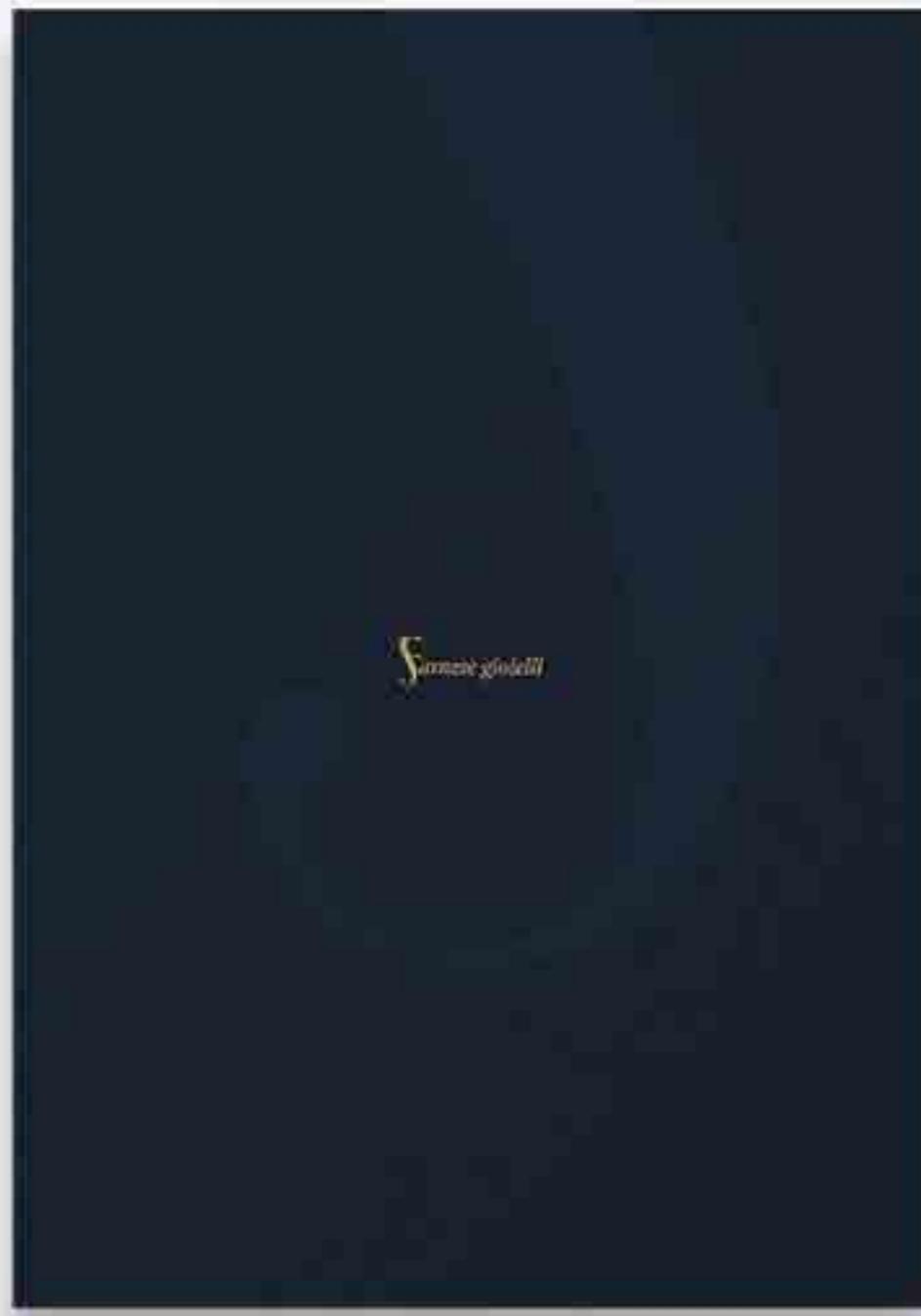
STEFANO DIANA Author & Copywriter

FABIO FERRI Creative & Art Director

DARIO BERARDI Creative & Photographer



Farnese gioielli







Sito Web



Aeterna Design

Strategy

L'immagine della Città Eterna è stata resa con uno stile contemporaneo, analogamente al nome che lega Latino ed Inglese. Il payoff "La storia incontra il design" è stato utilizzato nella campagna advertising di lancio.

L'immagine di Aeterna Design e gli strumenti di comunicazione e pubblicità, sono stati studiati partendo dal concetto di unicità: ogni prodotto dell'azienda è unico, come unica è la città di Roma. È stato studiato un Certificato ufficiale per immedesimare e autenticare questa storia. Sito web coordinato e responsive. Packaging dei prodotti che tiene conto non solo degli aspetti estetici e di comunicazione, ma anche del notevole peso caratteristico dei prodotti.

Eventi, environmental design e social network.

Attività

Total communication per la società romana di design e arredamento: naming, logo, payoff, web, packaging e BTL.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

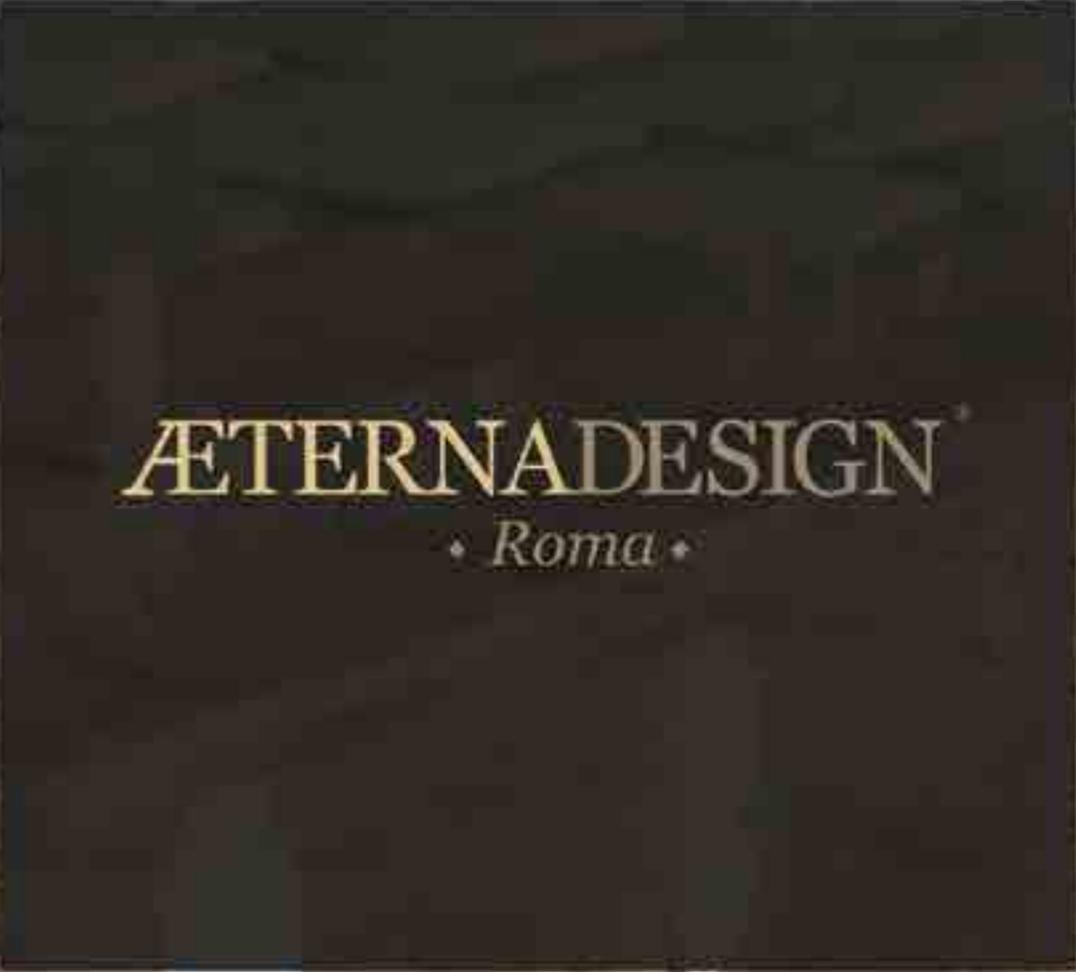
PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

STEFANO DIANA Author & Copywriter

DARIO BERARDI Creative & Photographer



AETERNADDESIGN
• Roma •

NAMING:

Il nome della società coniuga in perfetta simbiosi le due componenti dei suoi prodotti: lo speciale localismo della storia di Roma, condensata nel principale appellativo della Capitale e dalla sua lingua fondativa, con l'internazionalità contemporanea del settore in cui quella storia si proietta, che è tutta nel noto termine inglese.



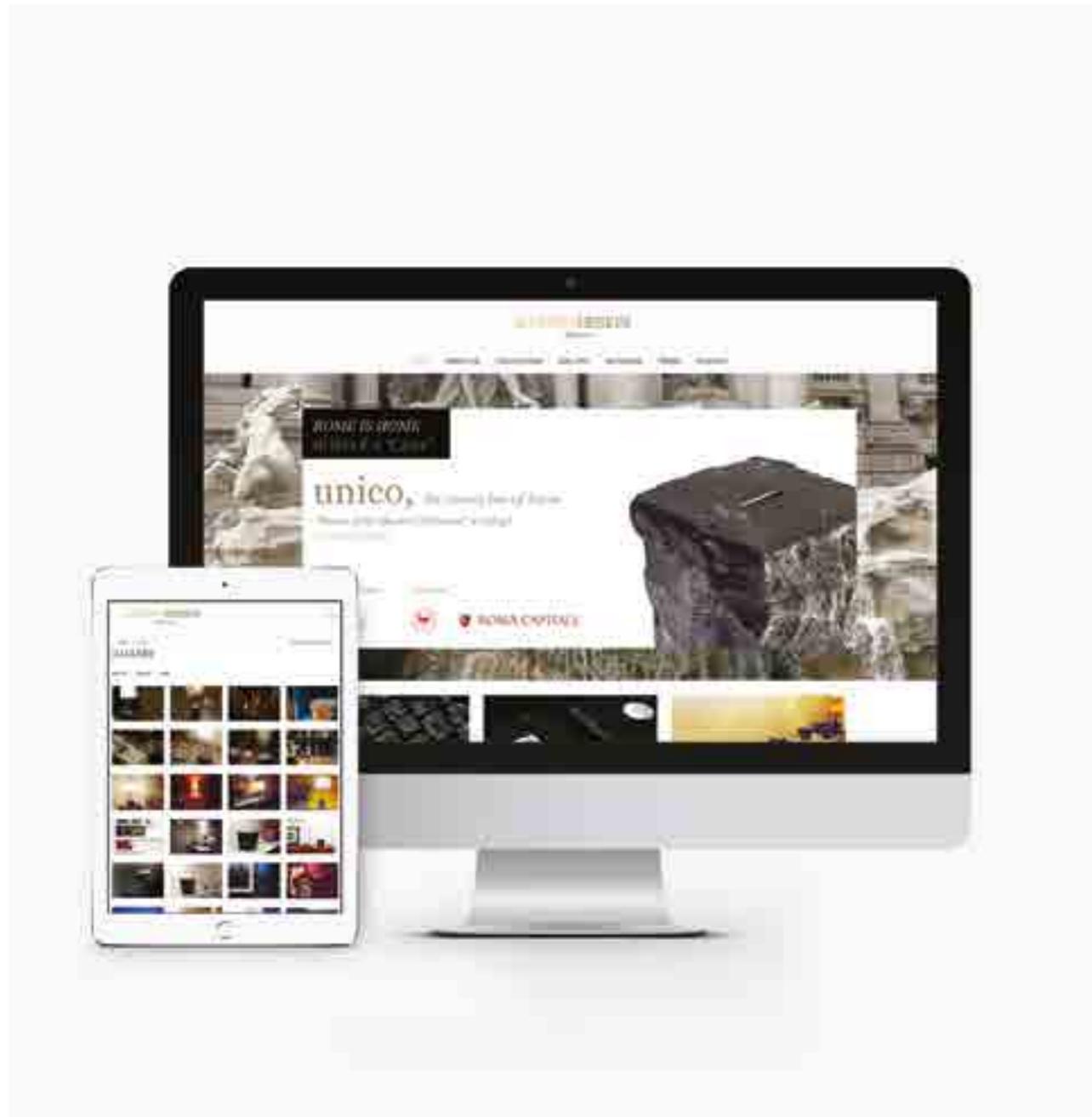
ÆTERNADESIGN

• Roma •

ÆTERNADESIGN
• Roma •

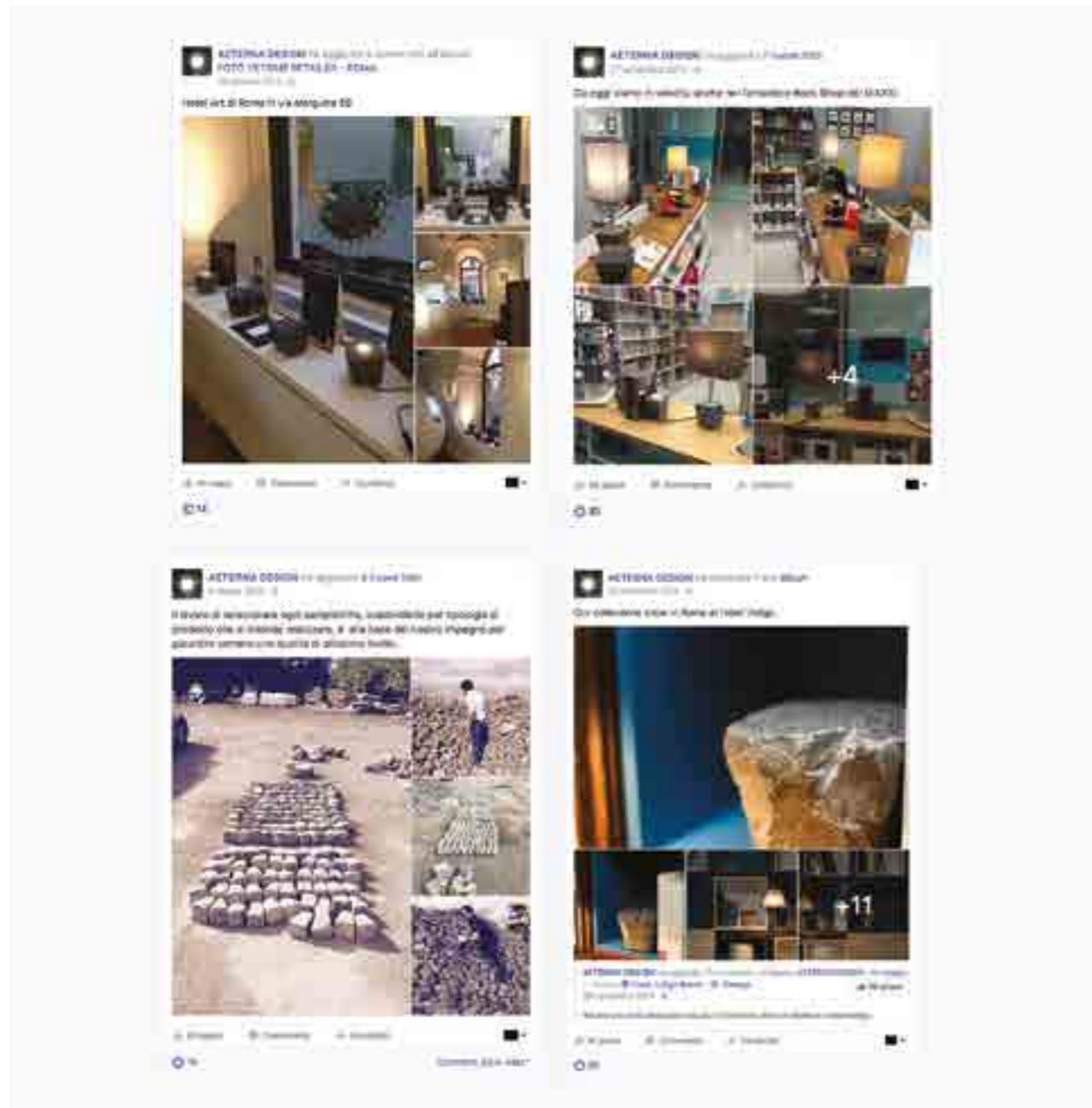


ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZa
bcdefghilmnop
qrstuvwxyzABCDEFGHI
LMNOPQRSTUVWXYZa
bcdefghijklmnopqrstu

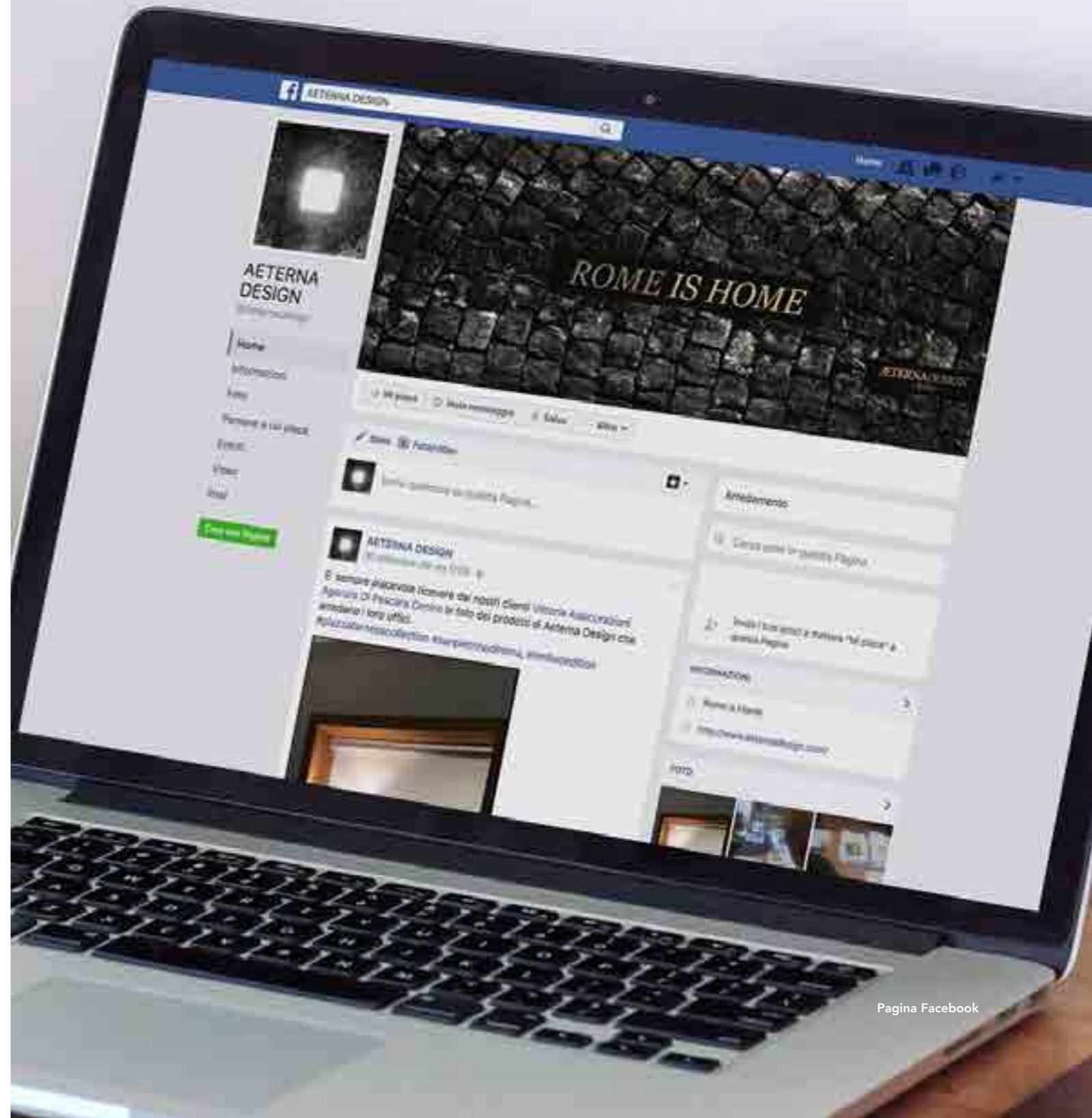


Sito Web





Post Facebook



Pagina Facebook







Photoset Fuori Salone Milano

Pickwick

Follow the wave

Strategy

Per la nota marca di abbigliamento urban abbiamo sviluppato il concetto "Follow the wave", che la rappresenta come un'onda di riflusso per celebrare il ritorno di successo di un brand degli anni '90. I ragazzi grintosi che con la loro corsa formano l'onda dello spot sono stati poi estrapolati singolarmente per realizzare i minispot da usare sui social media. Abbiamo creato le pagine Facebook, Youtube e Instagram di Pickwick Color Group.

Attività

Spot, minispot web, social media relation.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

ELEONORA AISA Graphic & Video Designer

MARCO RICCIONI Social & Digital Pr

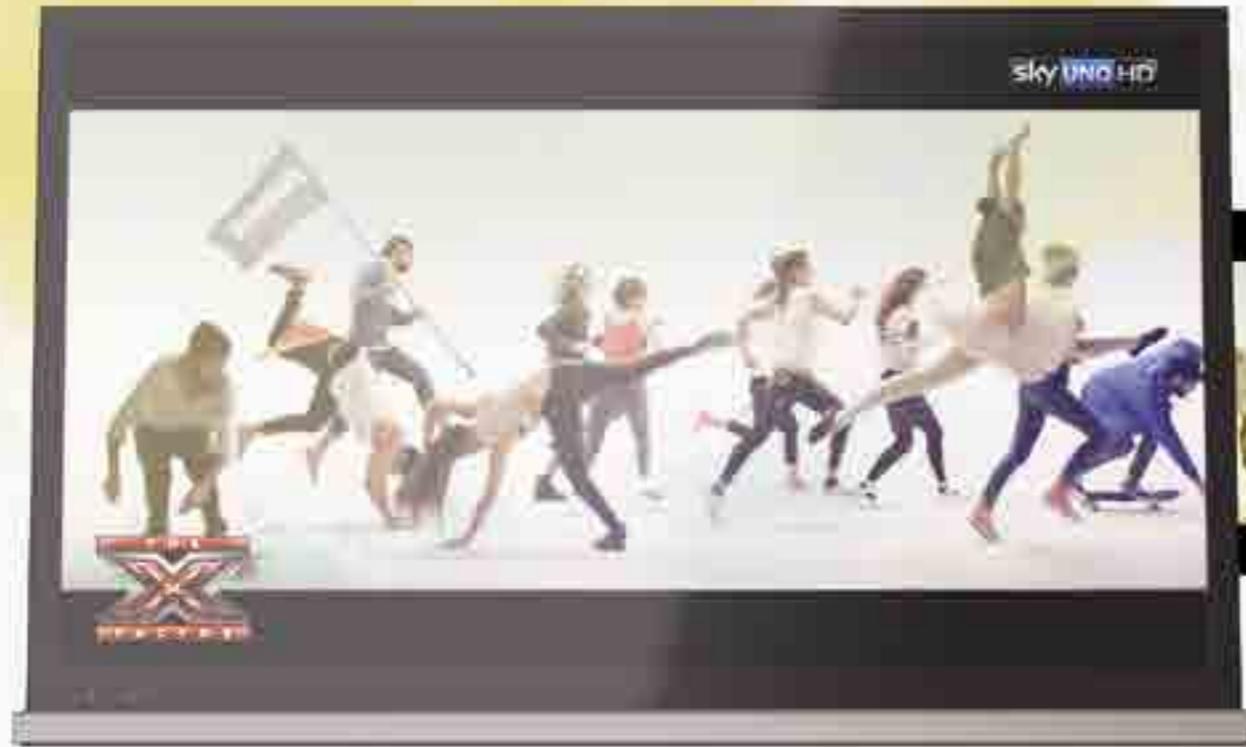
STEFANO DIANA Author & Copywriter

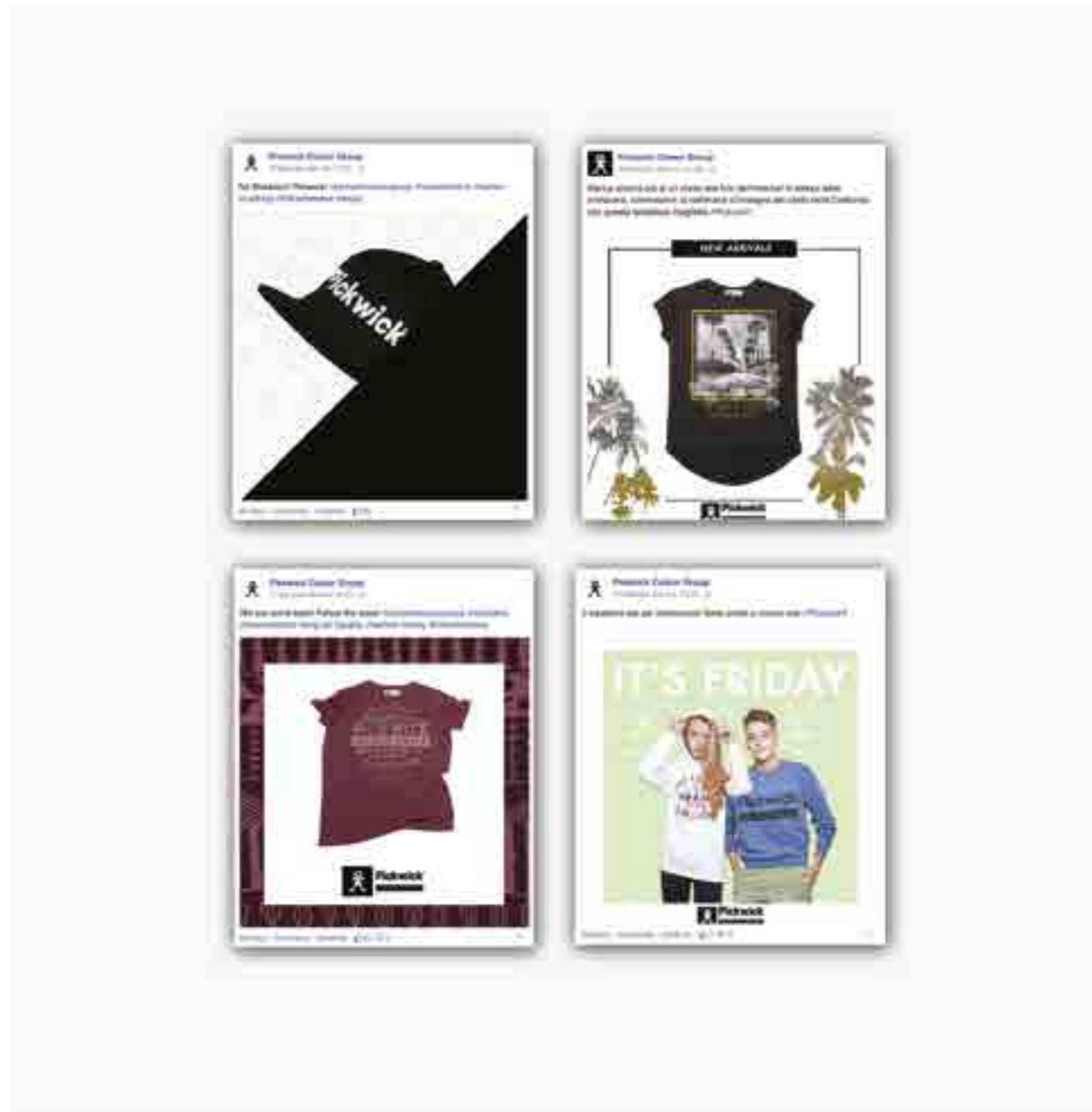
DARIO BERARDI Creative & Photographer



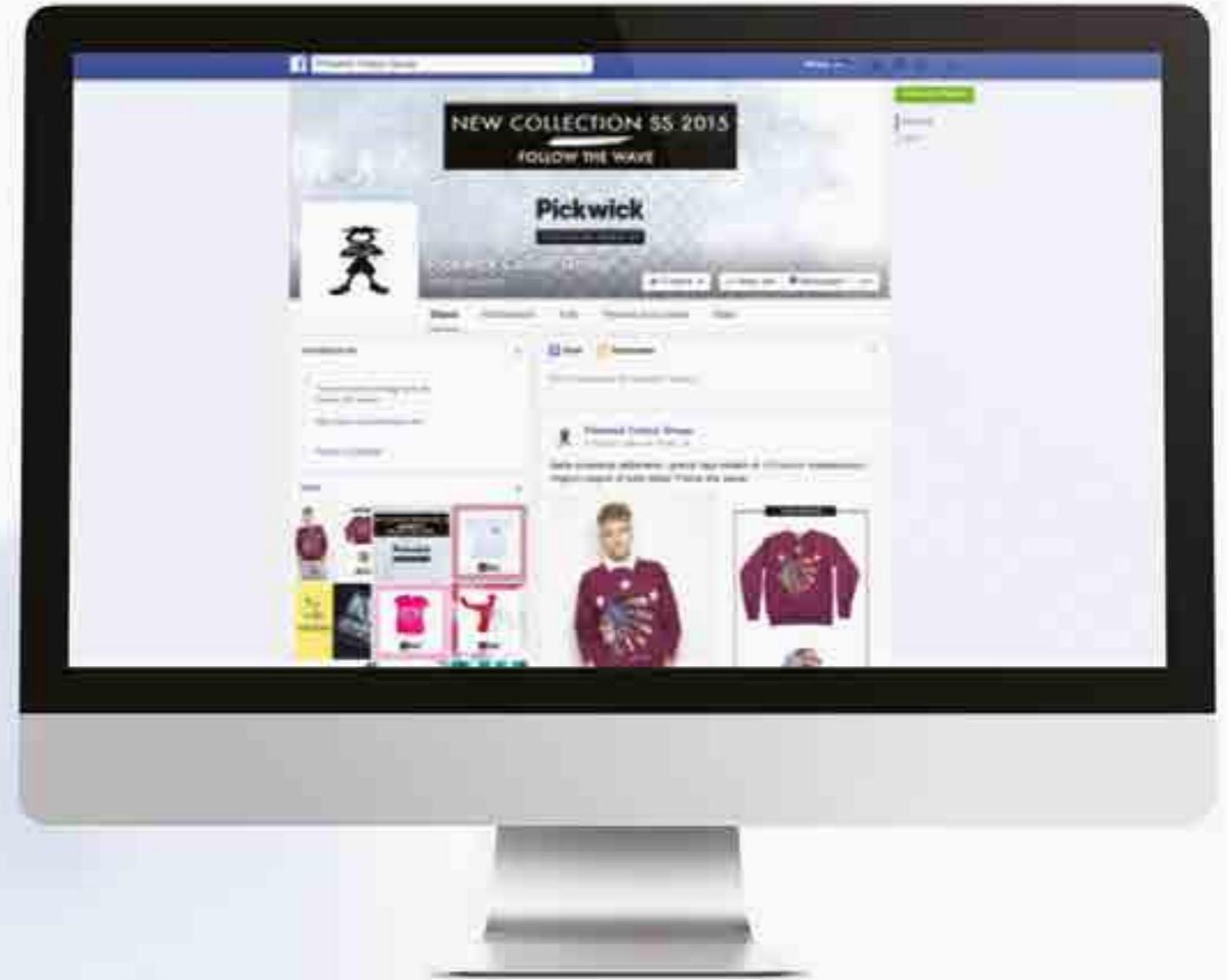


FOLLOW THE WAVE





Post Facebook



Pagina Facebook



OBIETTIVI
POSIZIONAMENTO



TARGET
20/30 ANNI



CONCEPT
FOLLOW THE WAVE



SPOT



PILLOLE



PASSION IN MY WAVE



2.606
VISUALIZZAZIONI



12
VIDEO



593
MINUTI
SPETTATORE





OBIETTIVI
POSIZIONAMENTO



TARGET
20/30 ANNI



CONCEPT
FOLLOW THE '90 WAVE



STRATEGIA EDITORIALE



PRODOTTO

Prodotto di qualità di cui non
abbiamo mai parlato. Che è così
speciale da essere '90, con un design
irresistibile e un'ispirazione.

AMARCORD

Una volta che si è visto, non si
può più dimenticare. È un
design che è stato fatto per
rimanere. È un design che è
sempre lì, a casa.

CONTENT CURATION

Se non si può avere tutto, allora
scegliamo quello che è più
importante. È un design che è
sempre lì, a casa.

COME ERAVAMO

Per un momento siamo stati
tutti felici. È un design che è
sempre lì, a casa.

ANNI '90

È un design che è sempre lì, a casa.
È un design che è sempre lì, a casa.



👍 1.157



SCHEMA LIKE

Speed Master Team

Strategy

Abbiamo seguito il pilota di moto GP durante una sua giornata tipo per costruire un book fotografico e un video promozionale. Inoltre abbiamo curato per lui l'ufficio stampa, le relazioni con i media e l'organizzazione della conferenza stampa durante il suo primo campionato di Moto2, prima dell'arrivo in Ducati.

Attività

Merchandising, fotografia, video, ufficio stampa.

Staff

ALFREDO VISCA Founder & Sales Director

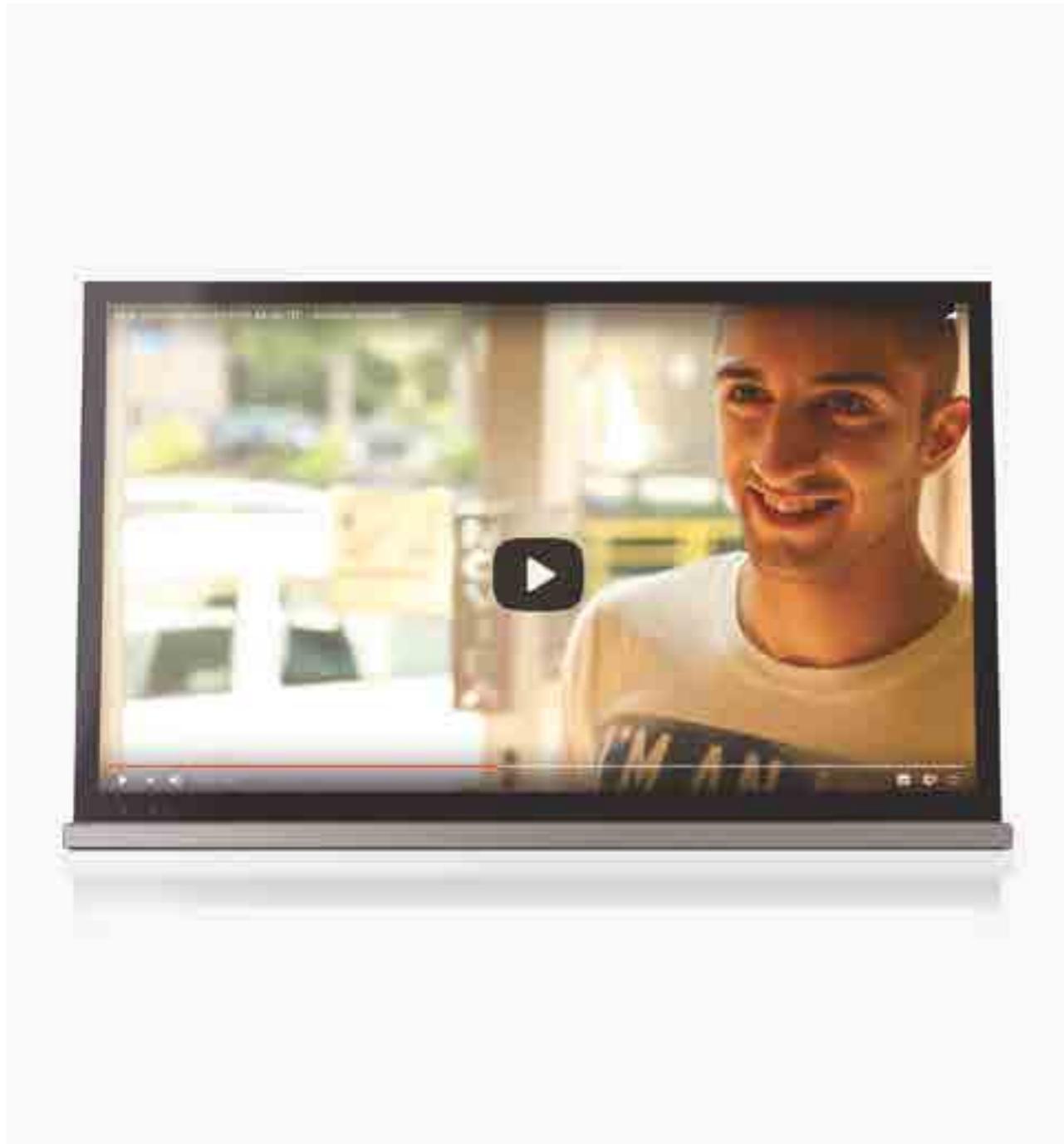
PIETRO CAUSATI Founder & Project Manager

CINZIA SPORTELLI Art Director

DARIO BERARDI Creative & Photographer







Video Reportage



Ufficio Stampa

— Glossario

A

ABOVE THE LINE

In pubblicità indica tutte le attività di comunicazione che sfruttano i media classici (stampa, Tv, Radio, Cinema). Il suo contrario è Below the line.

ACCOUNT

Figura professionale che si occupa di gestire il rapporto tra il cliente e l'agenzia.

AI

Ai è l'estensione utilizzata per i file generati dal programma Adobe Illustrator.

ART-DIRECTOR

Figura professionale che si occupa di studiare la parte visuale, grafica e tipografica della comunicazione di un prodotto o servizio.

ARTWORK

Bozzetto finale contenente tutti gli elementi definitivi di un annuncio pubblicitario: foto e/o illustrazioni, testi.

B

BELOW THE LINE

In pubblicità indica tutte le attività di comunicazione realizzate al di fuori dei media classici. Il suo contrario è Above the line.

BRAND

Il brand o marca, identifica tutto ciò che l'azienda evoca: valori, sensazioni, emozioni. La sua personalità non tangibile.

BRAINSTORMING

Letteralmente "tempesta di cervelli". Indica la tecnica creativa di gruppo utilizzata per far emergere idee volte alla risoluzione di un problema.

C

CAMPAGNA MULTISOGGETTO

Campagna pubblicitaria volta a pubblicizzare lo stesso prodotto in situazioni o con testimoni diversi.

CIANOGRAFICA

Documento di stampa a bassa qualità, bozza utilizzata per controllare la posizione del testo e delle immagini; il posizionamento delle pagine per la piegatura prima dell'impianto di stampa.

CLAIM

Principale promessa fatta al cliente nel corso di una campagna pubblicitaria, testo pubblicitario che promuove le qualità del prodotto reclamizzato.

CONCEPT

Idea, proposta progettuale necessaria a definire gli elementi fondamentali di un progetto.

COPYWRITER

La figura professionale che scrive i testi nel settore pubblicitario.

D

DATABASE

Archivio o insieme di archivi di dati digitali. Può contenere e ordinare secondo vari criteri un'enorme quantità di informazioni.

DIRETTORE CREATIVO

Figura professionale responsabile dell'impostazione creativo/artistica dei lavori. Coordina Art director, grafici, illustratori e copywriter.

DOWNLOAD

"Scaricamento". L'azione di ricevere o prelevare sul proprio computer file residenti su un'altra macchina.

DROPBOX

Servizio di file hosting gestito dalla società americana Dropbox Inc., che offre cloud storage, sincronizzazione automatica dei file, cloud personale e software client.

E

E-COMMERCE

Letteralmente commercio elettronico. Attività di vendita e acquisto di prodotti tramite Internet.

EFFETTO BOOMERANG

Effetto negativo "di ritorno", non voluto, di una campagna pubblicitaria.

EPS

(Encapsulated PostScript) Formato utilizzato per i file vettoriali. I programmi più diffusi e professionali per la creazione e la modifica di file EPS sono Adobe Illustrator e Photoshop.

ESECUTIVO

Ovvero "definitivo". Indica la versione finale del lavoro artistico di creazione.

F

FEEDBACK

"Ritorno", "Retroazione". Processo per cui è possibile verificare e controllare i risultati ottenuti in seguito a scelte e strategie specifiche.

FOOTER

in italiano piè di pagina: è lo spazio nella parte bassa di una pagina visualizzata su un computer o su un altro dispositivo informatico.

FONT

Serie completa di caratteri tipografici completo per dimensioni e stili.

FORMAT

Formato. Impaginazione grafica tipica della comunicazione di un'azienda.

FREELANCE

Libero professionista. Figura professionale che collabora esternamente con l'azienda.

G

GADGET

Oggetto pubblicitario, la maggior parte delle volte brandizzato, di solito utilizzato per promuovere un prodotto o un servizio. Il primo gadget, risale al 1789, anno in cui vennero create e vendute delle medagliette raffiguranti George Washington, candidato alla Casa Bianca.

GIF

(Graphics Interchange Format) estensione usata per i file di grafica. Molto utilizzata per immagini animate.

GRAPHIC DESIGNER

Figura professionale che impiega la sua tecnica nel progettare la parte visiva della comunicazione: logo, marchio, grafica, packaging, design di un prodotto.

GUERRILLA MARKETING

Tecnica di comunicazione "non convenzionale" e a basso costo ottenuta attraverso l'utilizzo creativo di mezzi e strumenti "aggressivi" e che creino un "effetto eco".

H

HASHTAG

Simbolo (#). Etichetta utilizzata come aggregatore tematico per facilitare la ricerca di messaggi su un tema o contenuto specifico.

HARDWARE

Parte fisica di un prodotto. Il termine deriva dall'informatica in cui identifica "la macchina".

HEADER

(intestazione) elementi graficamente e funzionalmente diversi dal resto del testo di una pagina.

HEADLINE

Detto anche slogan. E' il titolo di un messaggio pubblicitario.

HOSTING

Affitto dello spazio necessario per pubblicare una o più pagine Internet.

HTTP

(HyperText Transfer Protocol). Protocolo usato come principale sistema per la trasmissione di informazioni sul web.

I

ICONA

Rappresentazione simbolica di un oggetto. In informatica è una piccola immagine il cui scopo è rappresentare un programma, un file, etc.

ILLUSTRATORE

La figura professionale che si occupa di eseguire i disegni.

ILLUSTRATOR

Software utilizzato per l'elaborazione di illustrazioni e per la grafica vettoriale.

INDESIGN

Adobe InDesign. Programma utilizzato nell'editoria professionale per l'impaginazione di testo e immagini.

INFOGRAFICA

L'informazione delineata maggiormente sotto forma di disegni, tabelle ed elaborati grafici e non testuali.

INTERFACCIA

L'interfaccia utente rappresenta quella componente, che assume ad esempio un software, per far sì che l'utente riesca a comunicare ed interagire con la macchina.

INTERLINEA

distanza verticale che in un testo intercorre tra la linea di base di una riga e quella della riga successiva.

J

JAVA

Linguaggio di programmazione utilizzato per la scrittura di programmi che possono essere scaricati sul proprio computer dalla rete ed immediatamente eseguiti.

JAVASCRIPT

Linguaggio di programmazione che rende interattive le pagine Web, consentendo la visualizzazione di effetti particolari.

JINGLE

Breve motivo musicale che annuncia o accompagna, in genere, uno spot pubblicitario.

JPEG

Joint Photographic Experts Group. Standard per la compressione di immagini digitali.

K

KEYWORD

Parola chiave. Le keywords sono, ad esempio, le parole che gli utenti utilizzano nei motori di ricerca per trovare e consultare i siti di loro interesse.

KNOW HOW

Conoscenze e abilità operative necessarie per svolgere una determinata attività lavorativa.

L

LABEL

Etichetta o marca. In informatica indica un gruppo di caratteri identificatori di un record, una posizione o un'istruzione di un programma.

LANDING PAGE

La pagina web alla quale il visitatore viene reindirizzato dopo aver cliccato un link o una pubblicità.

LAYOUT

La disposizione sulla pagina degli elementi che costituiscono un bozzetto pubblicitario.

LETTERING

Analisi e scelta del tipo dei caratteri che andranno a costituire il messaggio pubblicitario.

LOGOTIPO

Composizione grafica sotto forma di lettering con il quale si rappresenta la denominazione commerciale di un'azienda o di un prodotto. Indica ormai il marchio di un'azienda. Si dovrebbe correttamente parlare di marchio-logotipo nei casi in cui il logo dell'azienda è composto da una parte iconica (marchio) e da una parte testuale (logotipo).

M

MARCHIO

Identifica l'azienda graficamente. Fornisce informazioni sull'origine, l'identità, le caratteristiche e la qualità dell'oggetto a cui è abbinato (è più tangibile del brand).

MEDIA

Mezzi di comunicazione utilizzati per veicolare il messaggio pubblicitario.

MEDIA BUYING

Processo di acquisto degli spazi sui media.

MENABÒ

Stesura ultima della sequenza delle pagine che compongono una pubblicazione.

MOBILE MARKETING

Qualsiasi attività di marketing che ha come obiettivo smartphone e tablet.

MOCKUP

Attività di riprodurre un oggetto o modello in scala ridotta o maggiorata.

MOODBOARD

Collage di immagini che serve ai designer o ai progettatori per mostrare visivamente un progetto e i concept ad esso correlato.

N

NEWSLETTER

Notiziario, bollettino con testi e immagini diffuso periodicamente per posta elettronica.

NEWSGROUP

Spazio pubblico virtuale di discussione dove è possibile discutere di un argomento specifico.

NETWORK

Rete di stazioni televisive o radiofoniche controllate da una stessa proprietà. In pubblicità indica una rete internazionale di agenzie che collaborano tra loro con notevoli vantaggi economici per loro e un'ottimizzazione del lavoro per il cliente attraverso lo sfruttamento delle specificità locali.

O

ON LINE

Contrario di Offline. Indica un dispositivo connesso ad una rete informatica.

OFFLINE

Contrario di Online. Indica un dispositivo non connesso ad una rete informatica.

OFFSET

Sistema di stampa litografica. La stampa offset si basa sulla pressione di un certo numero di cilindri di gomma sulla carta, uno per ogni colore di stampa.

OPENSOURCE

Software di cui i detentori dei diritti rendono pubblico il codice sorgente, favorendone il libero studio e permettendo a programmatori indipendenti di apportarvi modifiche ed estensioni.

OPUSCOLO

(O brochure). Stampato composto da un numero limitato di pagine e destinato alla propaganda pubblicitaria.

ORGANIGRAMMA

rappresentazione grafica di una struttura organizzativa, ad esempio di un'azienda.

P**PACKAGING**

Confezione del prodotto. Sempre più il packaging di un prodotto è parte fondamentale di esso e ne rappresenta l'identità.

PATINATA OPACA

Tipologia di carta, solitamente utilizzata per le copertine dei libri. La carta patinata viene resa lucida da particolari additivi chimici depositati sulla superficie del foglio durante il processo di produzione che fanno risultare maggiormente i colori.

PORTFOLIO

Elenco dei lavori svolti da un'agenzia (o da un professionista), solitamente corredato di immagini esplicative.

PRODUCER

Il reparto produzione coordina la realizzazione materiale delle idee creative, individua i fornitori adatti, controlla costi, tempi, qualità tecnico-esecutive.

PR ON LINE

Strumento di marketing atto a monitorare, gestire e migliorare la reputazione online di un'azienda.

PROJECT MANAGER

Figura professionale che si occupa della pianificazione, dello svolgimento, del controllo e della chiusura di un progetto.

Q**QUADRICROMIA**

(sigla: CMYK - Cyan, Magenta, Yellow, Key black) Ovvero ciano, magenta, giallo e nero, i quattro colori che si utilizzano nella stampa offset a colori.

QR CODE

Codice a barre bidimensionale impiegato per memorizzare informazioni generalmente destinate a essere lette tramite un telefono cellulare o uno smartphone.

R**REASON WHY**

Nel messaggio pubblicitario indica l'argomento razionale che motiva l'acquisto del prodotto.

REBRAND

Processo di rivisitazione di un marchio che consiste nella modifica parziale o totale della sua identità al fine di un reinserimento migliorato nel mercato.

RESPONSIVE

(Responsive web design). Tecnica per la realizzazione di siti in grado di adattarsi automaticamente dal punto di vista grafico al dispositivo con i quali vengono visualizzati.

S**SEO**

(Search Engine Optimization). Attività volte migliorare la visibilità di un sito web sui motori di ricerca.

SOCIAL NETWORK

"Rete sociale". Qualsiasi tipo di social network che permette agli utenti di interagire tra loro.

STILL LIFE

(in pittura: "natura morta") In pubblicità rappresenta il tipo di fotografia che ritrae generalmente oggetti e prodotti.

STORYBOARD

("tavola della storia"). Serie di illustrazioni con il relativo testo rappresentanti le scene che compongono lo spot da girare.

T**TARGET**

"Bersaglio". In pubblicità è il segmento di pubblico a cui è diretta una determinata comunicazione commerciale.

TEASER

Campagna pubblicitaria preliminare che ha come scopo quello di incuriosire il pubblico e creare un'attesa senza rivelare la natura né il nome o la marca del prodotto.

TEMPLATE

"Modello", struttura grafica in cui si vanno ad inserire i contenuti del sito web.

TESTATA

Pubblicazione giornalistica periodica o aperiodica (cartacea o online), registrata secondo la legge.

U

UPLOAD

“Caricamento” di un file dal proprio computer ad un server web.

URL

(Uniform Resource Locator). Sequenza di caratteri che identifica univocamente l'indirizzo di una risorsa in Internet.

USABILITY

Indica l'efficienza e la facilità della navigazione su un sito web.

USER

“Utilizzatore”; “consumatore”. Chi utilizza un determinato prodotto.

USO MANO

Carta classica, ideale per stampare molto testo.

USP

(Unique Selling Proposition). Argomentazione esclusiva di vendita. Modello teorico secondo il quale il contenuto di un annuncio deve esaltare la caratteristica che rende unico quel prodotto.

UNSOLD

Qualsiasi tipo di prodotto rimasto invenduto.

V

VEICOLARE

Trasmettere, diffondere qualcosa (un messaggio).

VERNICIATURA

Finitura di uno stampato per mezzo di vernice.

VERNICE UV SERIGRAFICA

Solitamente usata per creare contrasti e dare brillantezza ad uno stampato.

VETROFANIA

Etichetta adesiva, generalmente di carattere pubblicitario, destinata all'applicazione sulla superficie di una vetrina in modo da essere letta dall'esterno.

VETTORIALE

Immagine costruita attraverso forme geometriche sovrapposte per non perdere definizione durante la fase di riduzione e compressione. Il suo opposto è la grafica raster.

VIDEOMAKER

Figura professionale che cura personalmente le riprese e il montaggio dei suoi lavori.

VISION

La vision di un'azienda rappresenta lo scenario futuro, l'obiettivo da raggiungere.

W

WAP

Wireless Application Protocol, protocollo di connessione ad internet senza fili.

WEB 2.0

Evoluzione del World Wide Web rispetto ad una condizione precedente: tutte quelle applicazioni online che permettono un elevato livello di interazione tra il sito web e l'utente.

WEB BROWSER

Software utilizzato per la navigazione su internet (Safari, Google Chrome, Mozilla Firefox).

WEB DESIGNER

Figura professionale che progetta la comunicazione visiva di un sito e crea le singole pagine web.

WEB DIRECTORY

Elenco di siti web suddivisi in maniera gerarchica.

WEBMASTER

Figura professionale che amministra e si occupa del funzionamento di un sito web dopo la sua pubblicazione online.

WORD PRESS

Programma che consente la creazione e la gestione di un sito Internet o di un blog.

X

XILOGRAFIA

Tecnica d'incisione a rilievo su legni duri, generalmente a scopo di riproduzione a stampa. Si può intendere anche l'incisione stessa.

XML

eXtensible Markup Language. Linguaggio di markup basato su un meccanismo sintattico che consente di definire e controllare il significato degli elementi contenuti in un documento o in un testo.

Annuncio pubblicitario online che contiene solo testo.

Z

ZAPPING

Azione del passare da un canale televisivo ad un altro.

ZIPPARE

“Comprimere” un file. In informatica indica l'azione di applicare un procedimento che permette di ridurre l'ingombro nella memoria del computer mediante l'eliminazione di tutte le informazioni ripetitive.

Qualsiasi tipo di prodotto rimasto invenduto.

— Contatti



Genesi Srl
Via Giuseppe Sacconi, 19
00196 Roma - Italia

T +39 06.97277554
T/F +39 06.81901742
E info@madeingenesi.it
W madeingenesi.it





MADE IN GENESI
A G E N Z I A C R E A T I V A

